

ISSN-p 3007-083X
ISSN-e 3007-0848
DOI prefix: 10.62867
Индекс № 76243

Халықаралық туризм және
меймандостық университетінің
ХАБАРШЫСЫ

ВЕСТНИК
Международного университета
туризма и гостеприимства

№2 (2) 2023 қазан-қараша-желтоқсан

BULLETIN

OF THE INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY

Тақырыптық бағыты

туризм, қонақ үй бизнесі, экономика, кәсіпкерлік, менеджмент және маркетинг бағытындағы өзекті мәселелерді жариялау

ҒЫЛЫМИ РЕДАКТОР (туризм)

Экономика ғылымдарының кандидаты, профессор.
БАТЫРОВА НАЗГҮЛ БАТЫРХАНҚЫЗЫ

Индекстеледі/ Индексируется/ Scanned indexes:



ҚҰРЫЛТАЙШЫ

«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ
Журнал Қазақстан Республикасының Ақпарат және Қоғамдық даму министрлігі, Ақпарат комитетіне тіркеліп 19 маусым 2023 жылы №KZ33VPY00070924 куәлігі берілген. Шығу жиілігі: жылына 4 рет.
Басылым тілі: қазақша, орысша, ағылшынша.
Таралу аумағы: Қазақстан Республикасы, алыс және жақын шетел.
Журнал 2024 жылдың сәуір айынан бастап Франция еліндегі ISSN орталығында тіркелген.
ISSN 3007-083X (Print), ISSN 3007-0848 (Online).

УЧРЕДИТЕЛЬ:

НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»
Журнал зарегистрирован в Комитете информации Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан, сертификат №KZ33VPY00070924 от 19 июня 2023 года. Частота выхода: 4 раза в год.
Язык издания: казахский, русский, английский.
Территория распространения: Республика Казахстан, дальнее и ближнее зарубежье.
Журнал с апреля 2024 года был зарегистрирован в Центре ISSN во Франции.
ISSN 3007-083X (Print), ISSN 3007-0848 (Online).

FOUNDER

International University of Tourism and Hospitality

The journal was registered with the Information Committee of the Ministry of Information and Public Development of the Republic of Kazakhstan on June 19, 2023 with Certificate No. KZ33VPY00070924. Publication frequency: 1 time in 3 months. Language: Kazakh, Russian, English. The territory of distribution is the Republic of Kazakhstan, near and far abroad.
The journal has been registered since April 2024 at the ISSN Center in France.
ISSN 3007-083X (Print), ISSN 3007-0848 (Online).

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ ЖӘНЕ РЕДАКЦИЯЛЫҚ КЕҢЕС

Ғылыми редактор

Батырова Назгул Турсынхановна - э.ғ.к., профессор (*Қазақстан*)

Жауапты хатшы

Әбдіханова Жадыра Аманбаевна - ҒЗО редакторы (*Қазақстан*)

Редакция алқасының мүшелері

Адилова Култай Агытаевна - э.ғ.к., қауым. профессор (*Қазақстан*)

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич - PhD, қауым. профессор (*Қазақстан*)

Абдикаримова Мадина Нурболатовна - PhD, қауым. профессор м.а. (*Қазақстан*)

Қарғабаева Сауле Толеуовна - э.ғ.к., қауым. профессор (*Қазақстан*)

Абишов Нұржан Орынбасарович - PhD, қауым. профессор м.а. (*Қазақстан*)

Асан Досмаханбет Сейдінбекұлы - э.ғ.к., қауым. профессор (*Қазақстан*)

Губаренко Анастасия Вячеславовна - PhD, қауым. профессор (*Қазақстан*)

Пестова Алина Амировна - PhD, қауым. профессор (*Қазақстан*)

Имангулова Татьяна Васильевна - э.ғ.к., қауым. профессор (*Қазақстан*)

Алимкулова Эльвира Сихимовна - э.ғ.к., қауым. профессор м.а. (*Қазақстан*)

Халықаралық редакциялық кеңес

Кемал Кантарджи - PhD, профессор (*Түркия*)

Мурат Альпер Башаран - PhD, профессор (*Түркия*)

Эгемен Гюнеш Тюкенмез - PhD, профессор (*Түркия*)

Альпер Куршат Уйсал - PhD, профессор (*Түркия*)

Лодхи Раб Наваз - PhD, қауым. профессор (*Индия*)

Мухарем Туна - профессор (*Түркия*)

Дабабрата Чоудхури - PhD, қауым. профессор (*Ұлыбритания*)

Сачин Гупта - қауым. профессор (*Индия*)

Бурхан Кылыш - қауым. профессор (*Түркия*)

Дунец Александр Николаевич - профессор (*Ресей*)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ И РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Научный редактор

Батырова Назгул Турсынхановна - к.э.н, профессор (*Казахстан*)

Ответственный секретарь

Әбдіханова Жадыра Аманбаевна - редактор НИЦ (*Казахстан*)

Члены редакционной коллегии

Адилова Култай Агытаевна - к.ю.н., ассоц. профессор (*Казахстан*)

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич - PhD, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Абдикаримова Мадина Нурболатовна - PhD, и.о. ассоц. профессор (*Казахстан*)

Каргабаева Сауле Толеуовна - э.ф.к., ассоц. профессор (*Казахстан*)

Абишов Нуржан Орынбасарович - PhD, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Асан Досмаханбет Сейдинбекұлы - к.э.н, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Губаренко Анастасия Вячеславовна - PhD, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Пестова Алина Амировна - PhD, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Имангулова Татьяна Васильевна - к.э.н, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Алимкулова Эльвира Сихимовна - к.э.н, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Международный редакционный совет

Кемал Кантарджи - PhD, профессор (*Турция*)

Мурат Альпер Башаран - PhD, профессор (*Турция*)

Эгемен Гюнеш Тюкенмез - PhD, профессор (*Турция*)

Альпер Куршат Уйсал - PhD, профессор (*Турция*)

Лодхи Раб Наваз - PhD, ассоц. профессор (*Индия*)

Мухарем Туна - профессор (*Турция*)

Дабабрата Чоудхури - PhD, профессор (*Великобритания*)

Сачин Гупта - ассоц. профессор (*Индия*)

Бурхан Кылыш - ассоц. профессор (*Турция*)

Дунец Александр Николаевич - д.г.н., профессор (*Россия*)

EDITORIAL BOARD AND THE COUNCIL

Scientific Editor

Batyrova Nazgul - Candidate of Economic Sciences, Professor (*Kazakhstan*)

Executive Secretary

Abdikhanova Zhadyra - Editor of SRC (*Kazakhstan*)

Members of the Editorial Board

Adilova Kultay - Candidate of Law Sciences, Associate professor (*Kazakhstan*)

Abdrasilov Turganbay - PhD, Associate professor (*Kazakhstan*)

Abdikarimova Madina - PhD, acting Associate professor (*Kazakhstan*)

Kargabayeva Saule - Candidate of Economic Sciences, Associate professor (*Kazakhstan*)

Abishov Nurjan - PhD, Associate professor (*Kazakhstan*)

Asan Dosmahanbet - Candidate of Economic Sciences, Associate professor (*Kazakhstan*)

Gubarenko Anastasiya - PhD, Associate professor (*Kazakhstan*)

Pestova Alina - PhD, Associate professor (*Kazakhstan*)

Imangulova Tatyana - Candidate of Economic Sciences, Associate professor (*Kazakhstan*)

Alimkulova Elvira - Candidate of Economic Sciences, Associate professor (*Kazakhstan*)

International Editorial Board

Kemal Kantarci - PhD, Professor (*Turkey*)

Murat Alper Başaran - PhD, Professor (*Turkey*)

Alper Kürşat Uysal - PhD, Professor (*Turkey*)

Egemen Güneş Tükenmez - PhD, Professor (*Turkey*)

Lodkhi Rab Nawaz - PhD, Associate professor (*India*)

Muharrem Tuna - Professor (*Turkey*)

Dababrata Chowdhury - PhD, Associate professor (*Great Britain*)

Sachin Gupta - Associate professor (*India*)

Burhan Kiliç - Associate professor (*Turkey*)

Dunets Alexander - Professor (*Russia*)

IRSTI 06.71.57

<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.01>

UDC 338.48;

MUZHDAT ERTURK

Haci Bayram Veli university

(Turkey, Ankara), E-mail: merturk@gazi.edu.tr

***EVALUATION OF KAZAKHSTAN'S INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE
ASSETS WITHIN THE SCOPE OF CREATIVE TOURISM***

Abstract. *Creative tourism, which has emerged in recent years as a reflection of the concept of the creative economy, stands out as a type of tourism that offers tourists who want to develop their creative potential the opportunity to learn and enhance the characteristics of the holiday destination they visit through active participation. Unlike the classical tourism concept, where natural and tangible cultural heritage assets are presented as touristic products and tourists remain passive, creative tourism activities primarily use intangible cultural heritage assets as touristic products. These activities allow tourists to actively participate, interact with the local people, and learn by doing, offering new alternatives to tourists with different expectations. Through creative tourism, it is possible to highlight the cultural values of destinations and use these cultural values as marketing tools. Additionally, the satisfaction of tourists participating in creative tourism activities may increase, positively affecting their intentions to revisit and recommend the destination. Creative tourism, which is highly compatible with the concept of sustainable tourism, provides advantages in preventing the overuse of resources and distributing tourism revenues to the local population. This study aims to address the concepts of creative tourism and intangible cultural heritage and evaluate the usability of intangible cultural heritage elements in the Turkistan Region within the scope of creative tourism. The study also includes Kazakhstan's intangible cultural heritage elements listed on UNESCO's Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. It is believed that the Turkistan Region has significant potential for creative tourism. Additionally, the study develops suggestions for creative tourism activities in the Turkistan Region and discusses the potential benefits for the region.*

Keywords: *Creative Tourism, Intangible Cultural Heritage, Turkistan Region*

Introduction

As everything changes, the concept of tourism has also undergone continuous transformations since Thomas Cook organized the first package tour. Over the years, travel modes, touristic products, distribution channels, and tourist expectations have all evolved, and in

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Erturk Muzhdat. Evaluation of Kazakhstan's Intangible Cultural Heritage Assets within the Scope of Creative Tourism // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 6–18. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.01>

***Cite us correctly:** Erturk Muzhdat. Evaluation of Kazakhstan's Intangible Cultural Heritage Assets within the Scope of Creative Tourism // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. –No2(2). –Б. 6–18. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.01>

summary, the tourism sector has not escaped change.

In mass tourism movements, which are accepted to have started after World War II, the main product for many years was the sea, sand, and sun, with tourists mostly traveling for vacation purposes. Later, visits to tangible cultural assets such as ancient cities, historical buildings, and museums began to be included in package tours by travel agencies and tour operators, thus giving rise to the concept of cultural tourism in the 1980s.

By the 2000s, visits to tangible cultural heritage elements presented as cultural tourism had reached a saturation point, and new searches began. With the influence of globalization and technological developments, changes occurred in tourists' desires and expectations (Avcıkurt et al., 2009). This process of change altered tourists' purchasing preferences, leading to a decline in the preference for destinations or touristic products with similar characteristics. With globalization, the ease of access to information sources made it easier for people to get to know other cultures, allowing cultural values, like other fields, to transcend local boundaries and become known on an international scale. Recognizing the local cultural values of the destination, engaging more actively with the local people, experiencing the lifestyles of the local people during the holiday, and having authentic, real experiences by living the cultural values unique to the destination have become more demanded by tourists (Aşık, 2014).

Following these developments, the tourism activities of traditional mass tourism, which were disconnected from the people and took place in isolated tourism spaces, began to be replaced by tourism activities where interactions between tourists and local people increased. With this change, the distance between the producer and the tourist has gradually narrowed, and tourism activities have turned into an identity that includes daily activities. In the traditional tourism approach, visitors were viewed solely as economic returns, but today this understanding has changed, and the visitor is now seen as a person who wants to understand and share the creative class and culture. As a result of this change, interest in culture, space, people, economy, creativity, and tourism topics and the relationships between these topics has continued to increase (Zoğal and Emekli, 2017). Consequently, the concepts of experience tourism and creative tourism have come to the forefront.

The purpose of this study is to address the concepts of creative tourism and intangible cultural heritage and to evaluate the usability of intangible cultural heritage elements in the Turkistan Region within the scope of creative tourism. The study also includes Kazakhstan's intangible cultural heritage elements listed on UNESCO's Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. Additionally, the study develops suggestions for creative tourism activities in the Turkistan Region and discusses the potential benefits for the region. This study is a review type that obtained secondary data through a literature review.

Creative Tourism

The concept of creative tourism is based on the 'creative economy' approach, which is economically oriented. Creative economy is an ever-increasingly important field that promotes creativity and innovation, contributes to economic development, and is fundamentally based on individual creativity and creative industries. It relies on intellectual capital rather than physical capital and is developed on the basis of information and communication technologies (Esen & Atay, 2017). The understanding of the creative economy has also impacted other sectors, including the tourism sector (Singsomboon, 2014).

The concept of creative tourism was first used by Pearce and Butler in 1993, although it was not defined. Richard and Raymond (2000) defined creative tourism as "a type of tourism that

offers tourists the opportunity to develop their creative potentials by learning and developing the characteristics of the holiday region they visit through active participation." In a conference titled "Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism" held in the USA in 2006, with the participation of UNESCO Creative Cities Network representatives, creative tourism was defined as "travels undertaken by people to learn about a region's artistic, cultural heritage, or unique character, establish close relationships with the local people, and experience authentic experiences by interactively learning the living culture" (UNESCO, 2006). Raymond (2007) defined creative tourism as a sustainable type of tourism that offers creative experiences of the local culture, with practical work when necessary, and authentic experiences. Wurzbürger (2010) described creative tourism as a type of tourism that offers authentic experiences through activities aimed at the artistic or cultural values specific to the destination based on a participatory learning approach. Ivanova (2013) defined it as a type of tourism that provides visitors with experiences that require active participation in cultural activities related to the destination, offering opportunities to uncover and develop their creative potential.

In various definitions, similar concepts such as "active participation," "learning by experience," "developing creative potential and skills," and "close relationships with local people" are found. Within these concepts, creative tourism can be generally defined as a sustainable type of tourism that offers the opportunity to learn about a region's unique cultural heritage and art through close relationships with the people living there and active participation (Zoğal & Emekli, 2017).

Creative tourism is seen as an important type of tourism in terms of presenting the social and cultural characteristics of destinations to tourists and contributing to the local economy through these social and cultural features (Salman & Uygur, 2010). Creative tourism, which requires participation to develop tourists' skills, is also a learning process (Richards, 2011). During this learning process, tourists interact with the local people and participate in activities involving the local people to develop their knowledge and skills (Cabeça et al., 2019). Such activities allow tourists to gain more knowledge about the traditions, customs, and cultural characteristics of the local people living in the destinations they visit (Richards & Wilson, 2006). Through the knowledge learned during physical visits, tourists who experience the notable cultural features of the destination get the opportunity to know the destination more closely (Gordin & Matetskaya, 2012).

Research shows that tourists do not forget trips where they had high active participation and leave these trips with higher satisfaction. This situation also positively affects their intention to revisit and recommend. Creative tourism increases tourists' active participation because it moves tourists from a passive to an active position, making them practitioners rather than mere observers. This active participation leads to greater satisfaction from their travels. Creative tourism generally draws attention as a type of tourism that requires active participation, learning by experience, developing creative potential and skills, and close relationships with local people. Creative tourism (Aşık, 2014):

- Is a tool for creating creative destinations for tourists,
- Is a creative method that utilizes existing resources,
- Serves as a means to strengthen identity and diversity,
- Acts as a way of self-discovery and expression,
- Is a form of educational entertainment,
- Is a source for creating new environments in destinations,

- Is a strategic method used for the redesign and revitalization of destinations.

The basis of creative tourism is the lifestyle and culture of the local people. Unlike cultural tourism, which involves only visiting museums and tangible cultural heritage assets, the primary aim of creative tourism is to directly participate in the local life of the visited region and learn the lifestyle of the local people through experience. The increase in interest and curiosity about lifestyles of different cultures also changes tourists' expectations and demands in this direction. The fundamental principles for the development of creative tourism are as follows (Richards, 2010; Ajonovic & Çizel, 2015):

- Knowing who you are and where you are,
- Utilizing local capacity,
- Using existing facilities,
- Enhancing quality,
- Using creative resources as stimuli for future change.

Tourists participating in creative tourism have different expectations and characteristics compared to those engaged in other types of tourism. The primary aim of tourists participating in creative tourism activities is to understand the culture and lifestyle of the local people in the destinations they visit. The characteristics of these tourists are (Aşık, 2014):

- They travel frequently and do not avoid extra expenses during their travels,
- They are more interested in intangible culture rather than tangible cultural heritage,
- They see understanding and even experiencing different cultures as a privilege and an opportunity for personal development,
- They want to visit places that cover topics of interest, meet the local people there, and become part of the experience,
- Their life expectations are high, and their primary goal is to enhance their personal experiences,
- They are curious, investigative, have a high desire for exploration, and are active,
- They are conscious and sensitive to the natural and cultural environment and are willing to preserve cultural heritage,
- They are informed about their areas of interest and the places they will visit and seek to make their visit meaningful by engaging with the locals,
- They are willing to pay high fees for any activity involving creativity that interests them,
- They are capable of organizing their travel program individually or with a tour operator.

There is still no clear answer to the question of how creativity can be developed in tourist destinations. Researchers continue to discuss how creativity should be developed by presenting different views on the subject. However, some practices applied in creative tourism projects carried out so far are noteworthy. These include creative spaces, creative activities, creative relationships, and creative networks. These practices can be applied separately, but there is also an increasing integration among them (Richards, 2014).

Among these practices, the UNESCO Creative Cities Network has a special importance with its international validity. The Creative Cities Network Program was initiated by UNESCO in 2004. The program aims to develop the creative, economic, and social potential of cultural sectors conducted by local actors and is considered an important international program today because it supports UNESCO's ideals of cultural diversity and contributes to the creative economy. The main objectives of the program are:

- Strengthening the creation, production, distribution, and enjoyment of cultural goods and

services at the local level,

- Promoting creativity and creative expressions, especially among vulnerable groups, including women and youth,
- Encouraging access to and participation in cultural life and benefiting from cultural goods,
- Integrating cultural and creative industries into local development plans (UNESCO, 2013).

Cities can apply to this program in seven areas: literature, film, music, crafts and folk arts, design, gastronomy, and media arts. Applications can be made in odd-numbered years between March and June. Cities included in this program gain the status of a recognized brand city in the field they applied for, making them advantageous in terms of destination marketing. As of early 2023, a total of 295 cities worldwide are included in this program. Almaty from Kazakhstan is included in this program in the field of music.

Creative tourism provides several advantages to destinations compared to other types of tourism. These are (Richards, 2015):

- Creative tourism provides more fulfilling holiday opportunities for tourists. As a result, tourists' intentions to revisit and recommend are positively influenced.
- Creative tourism helps to showcase the talents and skills of the local people, contributing to the local economy by bringing local culture into the economy.
- Creative tourism is important for small and medium-sized enterprises in terms of creating innovative and attractive tourist products.
- Creative tourism is an important tool that destinations can use to gain an advantage by highlighting themselves in an increasingly competitive environment.
- Creative tourism helps to develop closer and more positive relationships between tourists and local people.
- Creative tourism extends tourists' stay, allowing for higher income.
- Creative tourism can be conducted throughout the year, spreading tourism activities over 12 months.

Creative tourism is seen by many researchers as a part of cultural tourism. The most significant difference between creative tourism and the previous understanding of cultural tourism is that tourists move from a passive to an active position. In the previous understanding, visits to tangible cultural heritage assets such as ancient cities, historical buildings, and museums constituted the content of cultural tourism, giving tourists only a passive role based on observation. In creative tourism, however, activities that tourists actively participate in and experience, or make themselves, constitute the content of creative tourism. At this point, it can be said that creative tourism mainly benefits from intangible cultural heritage elements.

Intangible Cultural Heritage

The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) has made significant efforts towards the protection of cultural heritage. The adoption of the "Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage" in 1972 can be listed as the first of these steps. In 1989, UNESCO also made the "Recommendation on the Safeguarding of Traditional Culture and Folklore." From 1995 to 1999, a series of seminars were held to raise awareness in this field.

The concept of intangible cultural heritage became more commonly recognized with the signing of UNESCO's "Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage." On

October 17, 2003, at the 32nd General Conference of UNESCO held in Paris, the "Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage" was adopted. According to this convention, UNESCO defines intangible cultural heritage as the practices, representations, expressions, knowledge, skills – as well as the instruments, objects, artifacts, and cultural spaces associated therewith – that communities, groups, and in some cases, individuals recognize as part of their cultural heritage (UNESCO, 2003). According to UNESCO, this intangible cultural heritage, transmitted from generation to generation, is constantly recreated by communities and groups in response to their environment, their interaction with nature, and their history. It provides them with a sense of identity and continuity, thus promoting respect for cultural diversity and human creativity.

The aims of the UNESCO Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage are as follows (UNESCO, 2003):

- To safeguard the intangible cultural heritage,
- To ensure respect for the intangible cultural heritage of the communities, groups, and individuals involved,
- To raise awareness at the local, national, and international levels of the importance of the intangible cultural heritage and ensure mutual appreciation thereof,
- To provide for international cooperation and assistance.

This convention defines the ways, methods, and means to protect, sustain, and transmit to future generations the intangible cultural heritage, which is a part of a community's cultural identity and has been brought to the present day through transmission from generation to generation. The Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage is an international guiding document and adopts the protection of intangible cultural heritage as a fundamental principle. The convention was prepared based on the function of intangible cultural heritage to bring people closer, provide cultural interaction, and ensure understanding among them (Arioğlu and Aydoğdu, 2015).

Intangible cultural heritage is categorized into five areas (UNESCO, 2003):

- Oral traditions and expressions, including language as a vehicle of the intangible cultural heritage (such as epics, legends, folk tales, proverbs, fairy tales, jokes, etc.),
- Performing arts (such as shadow plays, storytelling, puppetry, folk theatre, etc.),
- Social practices, rituals, and festive events (such as engagements, weddings, births, Nowruz celebrations, etc.),
- Knowledge and practices concerning nature and the universe (such as traditional cuisine, folk medicine, folk calendars, folk meteorology, etc.),
- Traditional craftsmanship (such as weaving, evil eye beads, filigree, coppersmithing, folk architecture).

With this convention, UNESCO has shifted towards an approach of "protection with and for humans" rather than "protection without humans." By emphasizing the concept of "human" in the convention, special importance is given to "masters who produce cultural heritage," "individuals who carry and transmit cultural heritage," and "places where cultural heritage is transmitted," and the method of "safeguarding through sustaining" is adopted (Ekici and Fedakar, 2013). The aim is not to preserve in a frozen state but to safeguard through transmission, that is, to sustain the cultural heritage by transferring it between generations (Teke, 2013). The term "safeguarding" means ensuring the viability of the intangible cultural heritage. The safeguarding of intangible cultural heritage includes identification, documentation, research, preservation,

promotion, enhancement, transmission through formal and non-formal education, and the revitalization of various aspects of such heritage.

Countries that are members of the convention conduct inventory studies of their intangible cultural heritage elements within the scope of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. These inventory studies result in the preparation of the "National Inventory of Intangible Cultural Heritage" of each country. Countries submit their intangible cultural heritage elements, which they want to be inscribed on the UNESCO Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity, in the form of dossiers. The Intergovernmental Committee for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage of UNESCO evaluates these dossiers and submits them for the approval of the General Assembly for inscription on the list. Intangible cultural heritage elements present in more than one country can also be submitted as joint dossiers by the relevant countries.

The following intangible cultural heritage elements from Kazakhstan or submitted as joint dossiers have been inscribed on the UNESCO Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity:

- The art of Dombra Kuy (2014)
- Traditional knowledge and skills in making Kyrgyz and Kazakh yurts (Turkic nomadic dwellings) (2014)
- Aitysh/Aitys, Ozan improvisational contest (2015)
- Kazakh wrestling (2016)
- Nowruz, jointly submitted by Turkey, Azerbaijan, India, Iran, Kyrgyzstan, Uzbekistan, and Pakistan (2009) (Expanded in 2016 with the participation of Afghanistan, Azerbaijan, India, Iraq, Iran, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan, Pakistan, Tajikistan, and Turkmenistan)
- Flatbread making and sharing culture: Lavash, Katyrma, Jupka, Yufka, jointly submitted by Azerbaijan, Iran, Kazakhstan, Kyrgyzstan, and Turkey (2016)
- Traditional game of Asyk (2017)
- Dede Korkut/Korkut Ata heritage: Epic culture, folk tales, and music, jointly submitted by Turkey, Azerbaijan, and Kazakhstan (2018)
- Traditional intelligence and strategy game: Togyzqumalaq, Toguz Korgool, Mangala/Göçürme, jointly submitted by Turkey, Kazakhstan, and Kyrgyzstan (2020)
- Falconry, jointly submitted by UAE, Austria, Belgium, Croatia, Czech Republic, France, Germany, Hungary, Ireland, Italy, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Mongolia, Morocco, Netherlands, Pakistan, Poland, Portugal, Qatar, Saudi Arabia, Slovakia, Spain, Syria (2021)
- Orteke, traditional performance art of Kazakhstan: dance, puppet, and music (2022)
- Nasreddin Hodja/Molla Nasreddin/Molla Ependi/Apendi/Afendi Kozhanasyr anecdote telling tradition, jointly submitted by Turkey, Azerbaijan, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Turkmenistan, Uzbekistan (2022)

Conclusion and Recommendations

In addition to traditional economic activities, creative industries, which are based on intellectual rather than physical capital and are grounded in individual creativity and innovation, have become increasingly important. Reflecting the approach of the creative economy, creative tourism is becoming more and more popular as tourists seek to actively engage with and experience local cultures at their destinations, rather than passively observing them. Destinations aim to gain a competitive advantage by highlighting their unique local cultural characteristics.

Creative tourism, above all, transforms tourists from mere consumers into participants in various activities at their destinations, making them part of the production process.

According to research, the positive feelings generated by activities that tourists learn by doing at their destinations outweigh the negative feelings (Servidio & Ruffolo, 2016). It is crucial for destinations to create and offer such activities. As a result of positive experiences at destinations, tourists may develop an emotional connection with the places they visit. Unforgettable holiday experiences arise from recalling these positive experiences. Since creative tourism activities involve tourists directly, allowing them to learn by doing and participate in production, these activities are considered beneficial for destinations to be remembered positively, and for fostering intentions to revisit and recommend the destination.

From the perspective of Turkistan, the city holds a competitive advantage in many respects. Turkistan, with its millennia-old history and rich narrative, was declared the Spiritual Capital of the Turkic World following the 2021 Turkic Council Summit. Its strategic location on the historic Silk Road is a significant advantage for destination marketing. Additionally, the Mausoleum of Khoja Ahmed Yasawi, which was included in the UNESCO World Heritage List in 2003, enhances the region's appeal and importance.

Creative tourism can be utilized to diversify the tourism products offered in Turkistan and extend tourists' stays. Intangible cultural heritage elements of Kazakh culture can be leveraged for this purpose. All the intangible cultural heritage elements of Kazakhstan listed above can be used within the scope of creative tourism. Beyond these, other elements of Kazakh culture can also be considered for creative tourism.

Given Turkistan's status as the Spiritual Capital of the Turkic World, the intangible cultural heritage elements of other Turkic societies can also be utilized within the scope of creative tourism. If this is achieved, Turkistan could become one of the top destinations for tourists interested in closely exploring Turkic culture, providing an opportunity to experience various Turkic societies' local cultures in a single destination.

The most important point to remember here is that in creative tourism, authenticity, originality, and relationships with the local population are crucial. If intangible cultural heritage elements are to be used as a tourism product, these activities should be carried out in their natural environment, preserving their authenticity and originality. For example, if we are to use the art of Dombra Kuy, performing it in a five-star hotel's hall will not have the desired impact; it should be performed in a traditional Kazakh yurt with traditional Kazakh decoration.

One of the most significant features of creative tourism is its compatibility with the concept of sustainable tourism. Built on the principle of utilizing existing values, the creative tourism approach also prevents excessive resource consumption. Creative tourism is a highly effective approach for achieving one of the main goals of sustainable tourism, which is to spread tourism revenues to the local population. For the local population to receive a larger share of tourism revenues, creative tourism activities should be extended to small and medium-sized enterprises. By informing and training small and medium-sized enterprises about creative tourism activities, the essential aspects of creative tourism-authenticity, originality, and interaction with the local population will also be ensured.

Thanks to the possibility of conducting creative tourism activities throughout the year, tourist arrivals can be spread across all 12 months, reducing the impact of seasonality and preventing extreme demand fluctuations. This, in turn, can enable more efficient use of businesses in the region.

However, it is essential to be very sensitive when using intangible cultural heritage elements. Above all, cultural distortion should not be allowed in the pursuit of higher profits. Authenticity should not be compromised just to attract more tourists or because tourists demand it. Once intangible cultural heritage elements are lost, it is impossible to restore them. When these elements are used as a tourism product, the principle of sustainability must be adhered to; these values should be preserved and passed on to future generations, not consumed.

BIBLIOGRAPHY

1. Ajanovic E., Çizel B. UNESCO yaratıcı kentler ağı ile Antalya kentinin değerlendirilmesi //Mediterranean Journal of Humanities. – 2015. – T. 1. – №. 5.
2. Arioğlu I. E., Aydoğdu Atasoy Ö. Somut olmayan kültürel miras kapsamında geleneksel el sanatları ve kültür ve turizm bakanlığı //Electronic Turkish Studies. – 2015. – T. 10. – №. 16.
3. Aşık N. A. Yaratıcı (Kreatif) Turizm, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, C: 7, S: 31, s: 786-795. – 2014.
4. Avcıkurt C., Köroğlu A., Sarıoğlu M. Türk Turizminin Dünya Turizmindeki Yeri //Ed) Şenol Çavuş, Zehra Ege ve Osman Eralp Çolakoğlu, Türk Turizm Tarihi–Yapısal ve Sektörel Gelişim, Detay Yayıncılık, Ankara. – 2009.
5. Cabeça S. M. et al. Mapping intangibilities in creative tourism territories through tangible objects: A methodological approach for developing creative tourism offers //Tourism & Management Studies. – 2019. – T. 15. – №. 1SI. – C. 42-49.
6. Ekici M., Fedakâr P. "Ege üniversitesi" deneyimleriyle somut olmayan kültürel mirası yaşatarak koruma" //Millî Folklor. – 2013. – T. 25. – №. 100.
7. Esen Ü. B., Atay Ö. Ekonominin Yeni Yüzü: Yaratıcı Ekonomi //Sosyoekonomi. – 2017. – T. 25. – №. 3.
8. Gordin V., Matetskaya M. Creative tourism in Saint Petersburg: the state of the art. – 2012, 4 (2): 55-77.
9. Gülüm E. Yaratıcı turizm halk kültürü ilişkisi ve yerelin popülerleşmesi//Millî Folklor. – 2015., 105, 87-98.
10. Ivanova P. et al. Creativity and sustainable tourism development //Икономика 21. – 2013. – T. 3. – №. 2-ENG. – C. 108-120.
11. Pearce D. G., Butler R. Tourism research : critiques and challenges. - New York: Routledge, 1993. - 227 c.
12. MOND C. R. A. Y. Creative tourism New Zealand: The practical challenges of developing creative tourism //Tourism, creativity and development. – Routledge, 2007. – C. 167-180.
13. Richards G. Creativity and tourism: The state of the art //Annals of tourism research. – 2011. – T. 38. – №. 4. – C. 1225-1253.
14. Richards G., Wilson J. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? //Tourism management. – 2006. – T. 27. – №. 6. – C. 1209-1223.
15. Smith M. K., Richards G. (ed.). The Routledge handbook of cultural tourism. – London : Routledge, 2013. – C. 191.
16. Richards G. Creativity and tourism: The state of the art //Annals of tourism research. – 2011. – T. 38. – №. 4. – C. 1225-1253.
17. Richards G. Creativity and tourism in the city //Current issues in Tourism. – 2014. – T. 17. – №. 2. – C. 119-144.

18. Salman D., Uygur D. Creative tourism and emotional labor: an investigatory model of possible interactions //International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research. – 2010. – T. 4. – №. 3. – C. 186-197.
19. Servidio R., Ruffolo I. Exploring the relationship between emotions and memorable tourism experiences through narratives //Tourism Management Perspectives. – 2016. – T. 20. – C. 151-160.
20. Singsomboon T. Tourism promotion and the use of local wisdom through creative tourism process //International journal of business tourism and applied sciences. – 2014. – T. 2. – №. 2. – C. 32-37.
21. Teke S. G. Geleneksel tarzlar, modern modeller: resmî, resmî olmayan eğitim ve somut olmayan kültürel miras //Millî Folklor. – 2013. – T. 25. – №. 100. – C. 31-39.
22. Özdemir Y. Sözlü ve Dijital Bellek Birlikteliğinde Dijital Hikâye Anlatma Atölyeleri //Dijital Kültür. Tradijital-Medya-İnternet-Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları. – 2019. – C. 95-106.
23. Wurzbürger R., Pratt S., Pattakos A. Creative tourism, a global conversation. - London: Sunstone Press, 2009. - 224 c.
24. Zoğal V., Emekli G. Yaratici turizme kavramsal ve coğrafi bir yaklaşım //Ege Coğrafya Dergisi. – 2017. – T. 26. – №. 1. – C. 21-34.

REFERENCES

1. Ajanovic E., Çizel B. UNESCO yaratıcı kentler ağı ile Antalya kentinin değerlendirilmesi [Evaluation of the city of Antalya with the UNESCO creative cities network] //Mediterranean Journal of Humanities. – 2015. – T. 1. – №. 5.
2. Arioğlu I. E., Aydoğdu Atasoy Ö. Somut olmayan kültürel miras kapsamında geleneksel el sanatları ve kültür ve turizm bakanlığı [Ministry of traditional handicrafts and culture and tourism within the scope of intangible cultural heritage] //Electronic Turkish Studies. – 2015. – T. 10. – №. 16.
3. Aşık N. A. Yaratıcı (Kreatif) Turizm [Creative (Creative) Tourism], Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, C: 7, S: 31, s: 786-795. – 2014.
4. Avcıkurt C., Köroğlu A., Sarioğlan M. Türk Turizminin Dünya Turizmindeki Yeri [The Place of Turkish Tourism in World Tourism] //Ed) Şenol Çavuş, Zehra Ege ve Osman Eralp Çolakoğlu, Türk Turizm Tarihi–Yapısal ve Sektörel Gelişim, Detay Yayıncılık, Ankara. – 2009.
5. Cabeça S. M. et al. Mapping intangibilities in creative tourism territories through tangible objects: A methodological approach for developing creative tourism offers //Tourism & Management Studies. – 2019. – T. 15. – №. 1SI. – C. 42-49.
6. Ekici M., Fedakâr P. "Ege üniversitesi" deneyimleriyle somut olmayan kültürel mirası" yaşatarak koruma" ["Preserving the intangible cultural heritage by keeping it alive" with the experiences of "Ege university"] //Millî Folklor. – 2013. – T. 25. – №. 100.
7. Esen Ü. B., Atay Ö. Ekonominin Yeni Yüzü: Yaratıcı Ekonomi [The New Face of Economics: The Creative Economy] //Sosyoekonomi. – 2017. – T. 25. – №. 3.
8. Gordin V., Matetskaya M. Creative tourism in Saint Petersburg: the state of the art. – 2012, 4 (2): 55-77.
9. Gülüm E. Yaratici turizm halk kültürü ilişkisi ve yerelin popülerleşmesi [Creative tourism folk culture relationship and popularization of the local] //Millî Folklor. – 2015., 105, 87-98.

10. Ivanova P. et al. Creativity and sustainable tourism development // *Ikonomika* 21. – 2013. – T. 3. – №. 2-ENG. – C. 108-120.
11. Pearce D. G., Butler R. *Tourism research : critiques and challenges.* - New York: Routledge, 1993. - 227 c.
12. MOND C. R. A. Y. *Creative tourism New Zealand: The practical challenges of developing creative tourism* // *Tourism, creativity and development.* – Routledge, 2007. – C. 167-180.
13. Richards G. *Creativity and tourism: The state of the art* // *Annals of tourism research.* – 2011. – T. 38. – №. 4. – C. 1225-1253.
14. Richards G., Wilson J. *Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?* // *Tourism management.* – 2006. – T. 27. – №. 6. – C. 1209-1223.
15. Smith M. K., Richards G. (ed.). *The Routledge handbook of cultural tourism.* – London : Routledge, 2013. – C. 191.
16. Richards G. *Creativity and tourism: The state of the art* // *Annals of tourism research.* – 2011. – T. 38. – №. 4. – C. 1225-1253.
17. Richards G. *Creativity and tourism in the city* // *Current issues in Tourism.* – 2014. – T. 17. – №. 2. – C. 119-144.
18. Salman D., Uygur D. *Creative tourism and emotional labor: an investigatory model of possible interactions* // *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research.* – 2010. – T. 4. – №. 3. – C. 186-197.
19. Servidio R., Ruffolo I. *Exploring the relationship between emotions and memorable tourism experiences through narratives* // *Tourism Management Perspectives.* – 2016. – T. 20. – C. 151-160.
20. Singsomboon T. *Tourism promotion and the use of local wisdom through creative tourism process* // *International journal of business tourism and applied sciences.* – 2014. – T. 2. – №. 2. – C. 32-37.
21. Teke S. G. *Geleneksel tarzlar, modern modeller: resmî, resmî olmayan eğitim ve somut olmayan kültürel miras [Traditional styles, modern models: formal, informal education and intangible cultural heritage]* // *Millî Folklor.* – 2013. – T. 25. – №. 100. – C. 31-39.
22. Özdemir Y. *Sözlü ve Dijital Bellek Birlikteliğinde Dijital Hikâye Anlatma Atölyeleri [Digital Storytelling Workshops in the Association of Oral and Digital Memory]* // *Dijital Kültür. Tradijital-Medya-İnternet-Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları.* – 2019. – C. 95-106.
23. Wurzbürger R., Pratt S., Pattakos A. *Creative tourism, a global conversation.* - London: Sunstone Press, 2009. - 224 c.
24. Zoğal V., Emekli G. *Yaratıcı turizme kavramsal ve coğrafi bir yaklaşım [A conceptual and geographical approach to creative tourism]* // *Ege Coğrafya Dergisi.* – 2017. – T. 26. – №. 1. – C. 21-34.

MÜJDAT ERTÜRK

Assoc. Dr., Hacı Bayram Veli university
(Turkey, Ankara), E-mail: merturk@gazi.edu.tr

Received 25.10.2023

Received in revised form 03.11.2023

Accepted for publication 29.12.2023

МУЖДАТ ЕРТҮРІК

Хаджа Байрам Вели Университеті
(Түркия, Анкара), E-mail: merturk@gazi.edu.tr

**ҚАЗАҚСТАННЫҢ МАТЕРИАЛДЫҚ ЕМЕС МӘДЕНИ МҰРА ОБЪЕКТІЛЕРІН
КРЕАТИВТІ ТУРИЗМ ШЕҢБЕРІНДЕ БАҒАЛАУ**

Аңдатпа. Соңғы жылдары креативті экономика тұжырымдамасының көрінісі ретінде пайда болған шығармашылық туризм туризмнің бір түрі ретінде ерекшеленеді, ол өзінің шығармашылық әлеуетін дамытқысы келетін туристерге белсенді қатысу арқылы олар баратын курорттық аймақтың ерекшеліктерін білуге және дамытуға мүмкіндік береді. Мәдени мұраның табиғи және материалдық объектілері туристік өнім ретінде ұсынылатын туризмнің классикалық тұжырымдамасынан айырмашылығы, туристер пассивті жағдайда; туристік өнім ретінде негізінен материалдық емес мәдени мұра объектілерін пайдаланатын шығармашылық туристік қызмет, бұл туристерге белсенді қатысуға, жергілікті тұрғындармен өзара әрекеттесуге, тәжірибеден өтуге мүмкіндік береді, әртүрлі үміттері бар туристерге жаңа баламаларды ұсынады. Шығармашылық туризмнің арқасында бағыттарға ие мәдени құндылықтарды бөліп көрсетуге және осы мәдени құндылықтарды маркетинг құралы ретінде пайдалануға болады. Сонымен қатар, шығармашылық туристік қызметке қатысатын туристердің қанағаттануы артуы мүмкін, бұл олардың қайтадан келуге және ұсынуға деген ниеттеріне оң әсер етеді. Тұрақты туризм тұжырымдамасымен жақсы үйлесетін шығармашылық туризм ресурстарды шамадан тыс пайдаланудың алдын алу тұрғысынан да, туризмнен түсетін кірісті жергілікті халыққа тарату тұрғысынан да артықшылықтар береді. Бұл зерттеудің мақсаты шығармашылық туризм және материалдық емес мәдени мұра тұжырымдамаларын ескере отырып, шығармашылық туризм шеңберінде Түркістан өңіріндегі материалдық емес мәдени мұра элементтерінің қолжетімділігін бағалау болып табылады. Сонымен қатар, зерттеуге ЮНЕСКО-ның Адамзаттың материалдық емес мәдени мұрасының өкілдік тізіміне енгізілген Қазақстанның материалдық емес мәдени мұрасының элементтері енгізілді. Түркістан өңірінің шығармашылық туризм тұрғысынан үлкен әлеуеті бар деп есептеледі. Зерттеу сонымен қатар Түркістан аймағындағы шығармашылық туризм бойынша ұсыныстар әзірледі және оның аймаққа тигізетін пайдасын қарастырды.

Кілт сөздер: Шығармашылық туризм, материалдық емес мәдени мұра, Түркістан облысы

МУЖДАТ ЕРТҮРК

PhD, доцент, Университет Хаджи Байрам Вели
(Турция, Анкара), E-mail: merturk@gazi.edu.tr

**ОЦЕНКА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ КАЗАХСТАНА
В РАМКАХ ТВОРЧЕСКОГО ТУРИЗМА**

Аннотация. Творческий туризм, возникший в последние годы как отражение концепции креативной экономики, выделяется как вид туризма, который предлагает туристам, желающим развить свой творческий потенциал, возможность узнать и развить особенности курортного региона, в который они направляются, при активном участии. В отличие от классической концепции туризма, в которой природные и материальные

объекты культурного наследия представлены как туристический продукт, туристы находятся в пассивном положении; творческая туристическая деятельность, в которой в качестве туристического продукта используются в основном объекты нематериального культурного наследия, что позволяет туристам активно участвовать, взаимодействовать с местным населением, учиться на практике, предлагает новые альтернативы туристам с разными ожиданиями. Благодаря творческому туризму можно выделить культурные ценности, которыми обладают направления, и использовать эти культурные ценности в качестве маркетинговых инструментов. Кроме того, возможно, что удовлетворенность туристов, участвующих в творческой туристической деятельности, возрастет, что положительно скажется на их намерениях снова посетить и порекомендовать. Творческий туризм, который также хорошо согласуется с концепцией устойчивого туризма, дает преимущества как в плане предотвращения чрезмерного использования ресурсов, так и в плане распространения доходов от туризма среди местного населения. Целью данного исследования является оценка доступности элементов нематериального культурного наследия в Туркестанском регионе в рамках творческого туризма с учетом концепций творческого туризма и нематериального культурного наследия. Кроме того, в исследовании были включены элементы нематериального культурного наследия Казахстана, включенные в Репрезентативный список нематериального культурного наследия человечества ЮНЕСКО. Считается, что Туркестанский регион обладает большим потенциалом в плане творческого туризма. В исследовании также были разработаны рекомендации по творческому туризму в Туркестанском регионе и рассмотрены преимущества, которые он может принести для региона.

Ключевые слова: *Творческий туризм, нематериальное культурное наследие, Туркестанская область*

Н.У. АБИШОВ^{1*}, А.У. АБИШОВА²

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz

²М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті
(Қазақстан, Шымкент)

ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫНДА АГРОТУРИЗМДІ ДАМУДЫҢ ТЕТІКТЕРІ

Аңдатпа. Түркістан облысында агротуризмді дамыту ауылдық аймақтардың тек табиғи ресурстарын ғана емес, сонымен қатар қазақ елінің мәдениетін, салт-дәстүрін, тарихын, ұлттық асханасын жанғыртуда маңызды мәнге ие болары белгілі. Бұл сала отандық туризм мен ауылиаруашылықтың болашақтағы даму бағыттарын анықтайтын әлеуетті тақырыпқа жатады.

Агротуризм - бұл ауылдық жерлерде ұйымдастырылуы мүмкін туризмнің бір түрі, соңғы жылдардағы статистикалық мәліметтерге қарай, тұтынушылар арасында үлкен сұранысқа ие екендігін айтуға болады. Бұл сектор ауылдық мекендердің экономикасының өсуіне, экожүйелер мен мәдени құндылықтарды сақтауға, аумақтардың дамуына, инфрақұрылым, ауылдағы жұмыссыздықтың сияқты мәселелер шешімін қамтамасыз етуге бағытталған. Бүгінгі таңда Еуропа елдерінің агротуризм саласындағы тәжірибесін, Түркістан облысының кейбір өңірлері үшін қолдана білу де пайдалы болары сөзсіз. Осыған орай, мақаланың зерттеу нысаны ретінде еліміздегі ауылиаруашылығы дамыған өңірлерінің бірі Түркістан облысы таңдалынды. Мақсаты – Түркістан облысының агротуризмге бейімділігі мен әлеуметтік-экономикалық әлеуетінің факторларын жан-жақты айқындап көрсетуге негізделді.

Зерттеу нәтижелері – Облыстағы агротуризмді дамыту ресурстарының жеткілікті екендігі анықталған; жергілікті мемлекеттік органдар тарапынан агротуризмнің кейбір бағыттарын қолдауға қаржылай көмектердің жеткілікті екендігі айтылған; агротуризмді дамытудың мүмкіншіліктері қандай аудандарында жоғары екендігіне қатысты талдау жасалынып, ұсыныстар көрсетілген; агротуризм - аграрлық кәсіпкерліктің табысты туристік бағыт ретіндегі өзгешеліктері көрсетілді.

Қорытындылар – Қазақстанның Алматы облысында агротуризмді дамытудың алғашқы тетіктері қалыптасты. Түркістан облысының агротуристік ресурстары басқа өңірлерінен ерекшеленуіне байланысты оны кәсіби тұрғыда қолға алу міндеті пайда болуда. Осыны ескере келе ғылыми жұмыс өңірдің агротуристік әлеуетінің ресурстарына егжей-тегжейлі талдау жасалынды.

Кілт сөздер: Түркістан облысы, ауылдық туризм, агротуризм, экономикалық талдау,

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Абишов Н. У., Абишова А. У. Түркістан облысында агротуризмді дамытудың тетіктері // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 19–29. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.02>

***Cite us correctly:** Abishov N. U., Abishova A. U. Turkistan oblysynda agroturizmdy damytudyn' tetikteri [Mechanisms for the development of agritourism in turkestan region] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 19–29. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.02>

Кіріспе.

Ауылшаруашылығы туризмі бүгінгі таңда демалушылар арасында белсенді түрде танымалдылыққа ие болып келеді. Агротуризм – ауылды мекендердің табиғи, тарихи-мәдени және басқа да қайталанбас ресурстары мен сипаттарын қолдана отырып агротуристік өнімнің кешенін құруға бағытталған туризмнің ерекше секторы болып табылады. Шетелдік ғалымдардың зерттеулеріне қарағанда қала тұрғындарының 30% жуығы ауылды мекендерде демалуды дұрыс көреді [1]. Мысалы, Еуропа елінде қала тұрғындарының 50% жуығы агротуризм нысандарында демалғанды ұнатады [2]. Еуропада агротуризмді қолдаудың алғашқы мемлекеттік заңнамалық және ұйымдық мәртебесі Францияда 1955 жылы қалыптасты. Онда Ауылшаруашылығы мен туризм Ассоциациясы құрылды және үлкен бастамаға айналды.

Агротуризмді дамыту қандай нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік береді дейтін болсақ, біріншіден, агротуризм ұйымдастырылған өңірдің дамуына; екіншіден, өңірдің оң бейнесін қалыптастыруға; үшіншіден, жергілікті тұрғындардың жұмысбастылығын арттыруға; төртіншіден, табиғи өнімдердің өндірісі мен сұранысын арттыруға және қалыптастыруға; бесіншіден, жергілікті бизнес субъектілерінің қызметін жандандыруға ықпал етеді.

Қазақстанда туристік индустриясы енді ғана қалыптаса бастады, сондықтан еліміздің ауылдық аумақтарының – табиғи, тарихи, мәдени, этнографиялық әлеуеті әлі де сұранысқа ие емес.

Агротуризмді демалу немесе ауыл шаруашылығы субъектілерінің қызметімен танысу мақсатында туристердің ауылдық жерлерде уақытша болуын көздейтін, ауылдық жерлер мен оның тұрғындарының табиғи, мәдени-тарихи және басқа да ресурстарын пайдалануға бағытталған туризм түрі ретінде анықтауға болады.

Агротуризмнің (ауыл туризмі) болашағы зор. Соңғы жылдары біздің елімізде, бүкіл әлемдегі сияқты, туристер ағынын сырттан ішкі бағытқа бағыттау үрдісі байқалды, елдің табиғи аймақтарында және де басқа да аймақтарда демалуға деген қызығушылық арта бастады. Барған сайын экологиялық фактордың маңыздылығы жоғары болғандықтан, дамыған курорттық аймақтардағы қоршаған ортаға жүктемені төмендетуге байланысты, жаңа туристік аймақтар ізденуде.

Қазақстанда бұл сала енді дамып келе жатқан туризм бағытына жатады. Бірақ, бірқатар ел өңірлері осы саланы жолға қоюда бірқатар нәтижелерге қол жеткізді. Түркістан облысының бұл бизнестің дамуындағы ұсынатын мүмкіндіктері жеткілікті, себебі, Түркістан облысында еліміздегі дамыған аграрлық сектор мен туристік инфрақұрылым қалыптасқан деуге негіз бар. Өңірде аграрлық туризмді дамытуға ұмтылушы бірнеше кәсіпкерлік нысандарының бар екендігіне зерттеу барысында көз жеткіздік.

Бірақ, ол кәсіпкерліктердің аграрлық туризмді дамытуға белсенді кірісуіне бірнеше факторлар әсер етіп отыр, оның бірі ретінде аграрлық секторлардың қожайындарының туристік фирмалармен нашар қарым-қатынасы және интернет ресурстарын пайдалануға ынтаның жоқтығы. Туристік фирмалармен келіссөздерде әріптестік келісімшарттың соңына дейін түзілмеуі және онда мүдделі тараптардың өзара қайшылықтарының шешім таппауын түйінді мәселеге жатқызамыз.

Қазіргі таңда Қазақстанның ауылды елдімекендері аграрлық индустрияның белгілері

бойынша бірқатар алға жылжуларды көрсетіп отыр. Оның ішінде Түркістан облысының ауылдары айтарлықтай жетістіктерге жетіп отыр. Ауыл тұрғындары үкіметтің аграрлық кәсіпкерлікті дамыту бағдарламалары бойынша бірқатар жеңілдектерге ие болуда және салық төлеу индикторлары аясында жақсы көрсеткіштер айқындады. Яғни, ауыл тұрғындары экономикалық-әлеуметтік және өзін-өзі жұмыспен қамтамасыз ету тұрғысында жоғары нәтижелерге қол жеткізуде.

Алайда, қосымша үндеу ретінде сыртқы және ішкі нарықтың аграрлық сектордағы бәсекелестігі арту үстінде. Сыртқы нарықтан Қазақстанның ауылшаруашылығы саласының өнімдеріне арзан ұсыныстар келіп жатқандығы мәлім. Түркістан облысының ішкі нарығын да да аграрлық кәсіпкерлік бойынша өзара бәсекелестіктің артып жатқандығын байқау қиын емес. Сонымен қатар, демографиялық өсімнің қарқыны өңірде қарқынмен өсуде. Ал, бұл фактор жер көлемінің азаюына әкелетіндігі сөзсіз. Жердің өндірілмейтін табиғи ресурсқа жататындығын ескере отырып, оның жылдан-жылға азаятындығына көңіл аударған жөн. Бұл қажеттіліктер қолда бар жер ресурстарын тиімді пайдалануға жетелейтіндігі сөзсіз. Осыған орай, аграрлық салада жаңа тәсілдер мен идеяларды қолдану, болашақтағы өңірдің дамуының табыс кепілі болып табылмақ.

Түркістан облысы мәдени-архитектуралық тұрғыда туристер үшін маңызды аймақтардың бірінен саналады. Облыс аумағына жыл сайын миллионнан астам туристер келіп тамашалайды. 2021 жылы облыс орталығы Түркістан қаласына келген туристердің саны (жергілікті тұрғындарды қосқанда) миллионнан асқан. Осы үлкен туристік ағымның кем дегенде 30% жуығын агротуризммен танысуға бағыттаса, онда ол ауылды елдімекендердің дамуына серпіліс беретіндігі сөзсіз [3].

Аграрлық туризмді дамыту ауыл тұрғындары үшін, табыс табудың балама түріне айналатындығын уақыт нақтылауда. Бұл бір жағынан жыл сайын санмен өсіп келе жатқан қала тұрғындарының табиғат аясында демалуына жағдай жасап, осы арқылы ауыл халқының өзін-өзі қаржылай қамтамасыз етуіне алып келетін бағытқа айналады. Бұл тәжірбиені Қазақстанның өзге облысының ауыл кәсіпкерлері жоғары дәрежеде қолданып келе жатыр [4].

Түркістан облысының табиғи ландшафты мен бау-бақша алқаптары туристердің демалатын белсенді аймақтарына айналуына жергілікті биліктің де мүддесі зор. Бұған олардың іске асырған әкімшілік қадамдары мен шешімдерінен көз жеткіземіз. Аграрлық туризмді дамытудың субъектілері болып – ақпараттық, кеңестік, әдіснамалық және ұйымдастырушылық қолдаулар болып табылады. Бұл бағытта Қазақстанның Ауылшаруашылығы министрлігі түрлі шаралар ұйымдастырып, қаржылай-материалдық жәрдемдер ұсынууда.

Бұл мақалада Түркістан облысындағы аграрлық туризмнің қазіргі даму ахуалы мен оның болашақтағы ұсынатын нәтижелері бойынша ғылыми талдау жасалынған. Мақаланың өзектілігі ретінде оның әдіснамалық-ақпараттық тұрғыда ауыл кәсіпкерлеріне ұсынатын материалдық база тұрғысындағы маңызын атауға болады.

Зерттеу материалдары мен әдістері. Зерттеу материалдары ретінде агротуризм мен маркетингтік қызмет көрсету салалары бойынша теориялық қолданыстағы батыстық ғалымдардың еңбектері мен тұжырымдары қолданылды, себебі агротуризмді бизнестің белгілі бір түріне айналдырып, экономикалық моделін жетілдіруде американдық зерттеушілердің рөлі жоғары. Бұл американдық зерттеушілердің теориясында агротуризмнің даму бағыттарын анықтайтын модельдер мен әдістер талқыланған [5]. Бұл теориялар

нарықтың субъектілерін өз қызметтерінде «жеке қарым-қатынас» деңгейінде жаңа технологияларды қолдануға шақыруды көздейді, яғни, бизнес ол – жаңа технологиялар аясында жеке қарым-қатынасты дамытуға аса мүдделі болып табылады. Бүгінгі таңда, Түркістан облысындағы ауылдық жерлердегі туризмді дамытуда тосқауыл болып тұрған мәселелердің қатарына - туристік компаниялар мен фермерлердің арасындағы өзара келісімнің жоқтығы, билік пен кәсіпкерлердің арасындағы түсінбеушілік факторларының болуы мен технологиялардың жетіспеуін атауға болады.

Осыны ескере отырып, біз Түркістан облысында агротуризмді дамыту бойынша кедергілерді анықтау мен қолда бар менеджмент және маркетингтік технологияларды одан әрі жетілдіруді шешуге көмектесетін статистикалық іріктеу, факторлық талдау, әдебиеттерге шолу жасау және т.б. әдістерді белсенді қолдануға ұмтылды.

Нәтижелер

Аграрлық туризм - бүгінгі таңда Қазақстанның туризм саласындағы перспективті бағыттардың бірі болып табылады. Бұл бірінші кезекте ауылды жерлердің әлеуметтік-шаруашылық әлеуетін көтеруде үлкен серпіліс беретін күш болып табылады. Жалпы қарастырғанда агротуризм ауылдық аймақтардың әлеуметтік-экономикалық мәселелерін шешуде кешенді шешімдер мен мүмкіндіктерді ұсына алады. Оның жандануы арқасында ауылды елдімекендерде орта және шағын кәсіпкерлікті дамытуға, жолдарды салу мен жөндеуге, ауылшаруашылығы өнімдерін өндіру мен қайта өңдеу, тарихи және этнографиялық ресурстарды игеру, инновациялық технологиялардың тартылуы қамтамасыз етіледі. Сонымен қатар, ең бастыларының қатарында ауылды жерлердегі жұмыссыздық мәселесінің шешілуінде балама қызметін атқаруға көмектесе алады.

Түркістан облысы еліміздің облыстарының ортасында халық саны жөнінен ең үлкен аймақ болып табылады. Ауылдардың саны мол және тығыз орналасқан. Жұмыссыздық мәселесінде өзара бәсекелестіктің рөлі жоғары. Қолда бар табиғи және материалдық ресурстарды пайдала отырып жұмыс көздерін ашу қоғамның әл-ауқатын одан әрмен жақсартатындығы сөзсіз.

Мал шаруашылығы түрлерінен ферма ұйымдастыру арқылы туристерге экскурсия ұйымдастыра алатын агробизнесі құрудың тәжірбиесі Қазақстанда қалыптасып үлгерді деуге болады. Мысалы, Алматы облысының Еңбекшіқазақ ауданының Аймен ауылында «Фауна» страус өсіретін фермасы осы бағытта бірқатар танымалдылыққа ие болып үлгерді, бұдан бөлек алма бақтары және балық фермаларын айта кеткен жөн [6].

Жоғарыда аталған ферманың негізіндегі шаруашылық нысандары Түркістан облысында да көрініс таба бастады. Бірақ, оларға туристік тартымдылықтың деңгейі салыстырмалы тұрғыда жоғары көрсеткіштерге ие емес. Мысалы, Түркістан облысының Бәйдібек ауданында асылтұқымды гиссар қойларын өсірумен айналысатын «ДОДА» фермасы айналысады [7]. Бүгінгі таңда, гиссар қойларының саны бірнеше жүзді құрайды және туристердің тамашалауына ұсынатын ерекшеліктері бар болып табылады. Бірақ, аудан аумағына тарихи-мәдени зияратпен келуші туристер аталған шаруашылықтың өмір сүруінен бейхабар екендігіне көз жеткізді. «Домалақ Ана» кесенесіне зияратпен келуші 5 туристен «ДОДА» шаруашылығы туралы сұрағанымызда, олардың хабары жоқтығы мәлім болды.

Осыдан соң, жергілікті тұрғындардан аталған ферманың мекен-жайын сұрау барысында олардың тек біреуінің хабардар екендігіне көз жеткіздік. Осыған қарап, жергілікті ерекше шаруашылық түрлерімен айналысатын фермалардың қоғамдағы танымалдылық деңгейін анықтауға болады.

Облыстағы туристер үшін тартымды аудандардың бірі Бәйдібек ауданы болып табылады. Аудан аумағында тарихи-мәдени ескерткіштермен қатар, табиғи қызықты нысандардың мол екендігі айқын. Мысалы, ауданның таулы өлкесінде орналасқан «Ақмешіт» үңгіріне жыл сайын елімізден ғана емес, шетелден де туристер ағылып келеді. Олардың бірқатарын, жылқы, қой шаруашылығымен айналысатын фермалардың қызметімен танысуға бұру, мал шаруашылығының дамуына үлкен ынталандыру сыйлайтындығы сөзсіз.

Облыс аумағының бақ-бақша өндірісіне бай екендігін ескере келе, осы саланы дамытуға көп еңбек жұмсау қажеттігін мойындау қажет. Табиғи ресурстарды тамашалаумен қатар, туристерге жасанды табиғи өндіріс ресурстарын көрсету және осы арқылы кіріс түсіру кезек күттірмейтін міндеттердің қатарына жатады.



1 - сурет – Агротуризмді ұйымдастыру модельдері

Агротуризм моделіне тән ерекшеліктерді қарастыратын болсақ, Еуропа үшін агротуризм негізінен ауыл шаруашылық өндірістегі дағдарыс салдарын жоюдың тетігі ретінде қалыптасты. Мамандар еуропалық агротуризмнің дамуының бірнеше «толқындарын» бөліп қарастырды. Бірінші кезеңді немесе «толқынды» агротуризмнің әмбебап моделі (британдық, немістік, итальяндық, француздық) шеңберінде қалыптасқан классикалық үлгі ретінде сипаттайды. Ал, екінші кезең Болгария, Венгрия, Греция, Польша және Румыния тәрізді елдерде агротуризмнің пайда болуы, сонымен қатар тарихи, мәдени және этникалық сипаттамалары бар агротуризм баламаларының қалыптасуымен ерекшеленген [8].

Агро және ауылдық туризмнің қатысушысы болу үшін кәсіпкерлерге ресурстар, яғни демалушыларға қызмет көрсету саласында жұмыс істеуге деген ықылас және қонақтарға мұқият және мейірімді болу мүмкіндігі болуы керек. Отбасының жеке ресурстары келесідей болуы мүмкін:

- Ауылда орналасқан жеке немесе жалға берілетін тұрғын үй, оны отбасы қонақтарды қабылдау уақытында босатады, өздері негізгі тұрғын үйге жақын бөлек бөлмеге көшеді;
- Фермерлік шаруашылыққа бөлінген жер теліміндегі туристерге арналған үй;
- Жеке кіреберісі бар иесінің үйіндегі бос бөлме;
- Ыдыс-аяқ, төсек-орын, жиһаз жеткілікті;
- Үй жанындағы учаске, шаруашылық, жылқы және т.с.с.;
- Көлік, балық аулау, рафтинг қызметтерін көрсетуге арналған көлік құралы (автомобиль, қайық, катамаран) ;
- Шабындық жерлер, омарта (экскурсиялық қызметтерді көрсету үшін: шабындыққа қатысу, шөп жинау, омартамен танысу, омартада бал сатып алу);
- Балық аулау, саңырауқұлақтар табу, дәрілік шөптерді түсіну (экскурсиялар);
- Халық қолөнерін меңгеру және басқаларды оқыту қабілеті (мастер-класстар өткізу үшін);
- Еркін жұмыс күші;

- Өз халқының тарихы мен мәдениетін білу;
- Табиғатты, оның аумағын және оның көрікті жерлерін білу;
- Шет тілін білу;
- Телефон, компьютер, электрондық пошта болуы.

Бұл ресурстардың барлығын бірден алудың қажеті жоқ. Сондай -ақ, қызметтерді ұсынуға және олардың бір немесе екеуінің негізінде жұмыс орнын ұйымдастыруға болады. Егер кәсіпкер ауылдық туризмді ұйымдастырғысы келсе, оған дайын болу керек:

- Жеке кәсіпкер ретінде тіркелу немесе салық инспекциясына туристерді қабылдау бойынша қызметтің басталғаны туралы хабарлау;
- Тиісті курстарда, семинарларда оқыту, мамандандырылған басылымдарды оқу арқылы өзінің кәсіби деңгейін үнемі арттырып отыру және отбасының кәсіби біліктілігін жүйелі түрде арттырып отыру;
- Өз ісін отбасындағы міндеттерді нақты бөлу арқылы басқару (Бухгалтерия жүргізу, үй-жайларды тазалау, тамақ дайындау, үй жанындағы учаскеге күтім жасау, қажетті тауарлар мен жабдықтарды сатып алу, іс бойынша серіктестермен байланыс, жарнама өнімдерін дайындау және т. б.);
- Үй жанындағы және үйге іргелес учаскеде тәртіп орнату;
- Қонақтарға арналған тұрғын үйді абаттандыруды жақсарту;
- Қонақтар үшін қайталанбас экскурсиялар әзірлеу;
- Қонақтар үшін қосымша қызметтер ұйымдастырылсын: балық пен ет ыстау, торттар пісіру, үй наны, үй ірімшігі, шарап жасау, көлік қызметтері, балық аулау және т. б.;
- Әр түрлі көкөністерді өсіріп, қонақтарды сапалы және дәмді тағаммен қамтамасыз ету;
- Туризм, жеке кәсіпкерлік, жауапкершілікті сақтандыру, санитарлық-гигиеналық және өртке қарсы ережелер саласындағы заңнаманы түсіну;
- Егер заңнама талап етсе, жұмысқа қажетті рұқсат құжаттарын алу;
- Икемді болу және қонақтар тобының құрамына байланысты үйдің жабдықтарына тез өзгеріс енгізу мүмкіндігі (балалар төсегін орнату, мүгедектер арбасын жылжыту үшін пандустар жасау, ұйықтайтын орындарды орнату немесе алып тастау, шелпектермен қамтамасыз ету және т.б.);
- Егер бұл қызметтер орталықтандырылмаған болса және қабылдаушы отбасы оларды ұсына алмаса, қонақтарға қосымша қызмет көрсету туралы басқа ауыл тұрғындарымен келісу мүмкіндігі;
- Жанжалды жағдайларды шешу мүмкіндігі (қиындықтың себебін іздеу және табу);
- Мейірімділік атмосфераны сақтау мүмкіндігі;
- Меймандардың сұранысына назар аудару (орамалдарын жиі-жиі ауыстыру, бала төсеніштерін ауыстырып кептіріп беру, еденді сүрту және т. б.);
- Қонақтардың кез-келген ескертуін назарға алу, оны талдау, бизнеске пайда әкелу мүмкіндігі [9].

Туризмдегі қызмет сапасы - бұл жоғары баға, жиһаз бен интерьердің түрлі-түсті көрінісі емес, ал ұсақ-түйек заттарға назар аудару білу (бөлмедегі тазалық, қолыңыздағы барлық нәрсенің болуы, клиенттің өтініштерін орындау жылдамдығы, уақтылы ақпарат беру, тамақтану ерекшеліктерін ескеру, мейірімділік және т.б.). Үш – жеті адамға сапалы қызмет көрсету.

Кез-келген туристік немесе қонақ үй бизнесінде әрқашан пайда болуы мүмкін жанжал және жанжал төңірегіндегі жағдайлар болары сөзсіз. Жанжалға дейінгі жағдайлар негізінен айтарлықтай сапардан және тұрудан келген туристің күтуі мен оның нақты әсерлері арасындағы айырмашылықтардан туындайды. Мысалы, қызметтердің құны турист үшін қажетті тұрмыстық және санитарлық-гигиеналық жағдайлар болмаған кезде тым жоғары көрінді (ыстық су жоқ, аулада суық дәретхана және т.б.). Бұл жағдайда, иесі баға мәселесіне ақылмен жүгінуі керек және "баға-сапа" тепе-теңдігін сақтау керек.

Ауылшаруашылық шаруалары мен қонақ үй иелері туристер тарапынан қанағаттанбау жағдайын болдырмауға мүмкіндік беретін кейбір ережелерді ұстануы керек:

- бағдарламаны тым тығыз етпеу және бағдарламада қонақтар бос уақытын өз қалауы бойынша жоспарлай алу керек;

- қонақтар демалыс орнына келгенге дейін оларға ұсынылатын жағдайларға қатысты барынша хабардар ету;

- қонақтарға ұсынылатын қызметтерді таңдау құқығын беру.

Түркістан облысының агротуристік тартымдылық бойынша аудандарының жіктелуі біздің зерттеуіміз бойынша маңызды саналады. Облыс құрамында 14 аудан орналасқан. Олардың туристік тартымдылығы түрлі факторларға тәуелді. Мысалы, Түлкібас ауданы өзінің керемет табиғи көрінісімен туристерді тартады. Аудан жеріндегі ауылдар туристерге бау-бақша, бал өнімдерінен түрлі ұсыныстар әзірлейді. Демалыс аймақтарындағы үйлер, емдік-саулық орталықтары, бассейндер, атпен қыдыру қызметтері жолға қойылған. Бірақ, қазіргі таңда трендке ене бастаған глэмпинг (шатыр) демалу қызметін ұсыну әлі дамымай отыр. Бірақ, түлкібас, Төле би аудандарының ауыл тұрғындары туризмнің арқасында жұмыс, жол, көлік қатынасы мәселелерін шешуге қол жеткізді.

Аудан аймағында жалпы құны 347 млн. теңгені құрайтын «Жайлау» емдеу-сауықтыру орталығы салынууда. Ол алдағы уақытта сыйымдылығы 100 орындық орталыққа айналып, 50 жаңа жұмыс орнын қамтамасыз ететін болады [10]. Ауданның табиғи ландшафты жылқы шаруашылығын дамыту мен оның өнімдерін жандандыруға қолайлы факторлар туғызады. Соның бірі саумалмен емдеу орталығы болып табылады. Саумал қазіргі таңда туристер мен жергілікті тұрғындар арасында үлкен сұранысқа ие. Осыған байланысты, Түлкібас ауданының орталығында саумалмен емдеу орталығын ашу жоспарлануда. Бұл агротуризмнің дамуын жаңа деңгейге шығаратыны ықтимал. Түлкібас ауданының әкімшілігінің хабарлауынша 2025 жылы ауданға 20 мыңнан астам туристерді тарту көзделінген және олардың 10% шетелдік болуы болжамдалынған.

Облыс аумағында жаңадан құрылған Сауран ауданының елдімекендеріндегі тарихи ескерткіштер мен киелі орындардың орналасуын ескере отырып, онда этнографиялық бағыттағы туристік көрмелер мен шағын нарықтардың даму перспективасы жоғары болып табылады. Ауылды аймақтарда қолөнер бұйымдары мен тарихи ескерткіштердің бейнелері бейнеленген бұйымдардан тұратын көрмелер мен дүкендерді алға жылжытудың факторлары Сауран, Отырар аудандарында мәнге ие.

Агротуризмді Түркістан облысының аумағындағы ауылдарда дамытудың негізгі бағыттарының санатына келесідегідей белгілерді жатқызамыз:

- Түркістан облысына туристік мақсатта келуші туристер ағымының артуы және олардың агротуризм нысандарына қызығушылығының ұлғаю үрдісі;

- ауыл туризмінде қызмет етуші нарық иелерінің кәсіби деңгейін жетілдіру;

- үй шаруашылығы өнімдерінің ассортиментін өсіру;

- органикалық егіншілікті дамыту;
- ауылды елдімекендерде шағын бизнес ұйымдарының санының артуы;
- жеке шаруашылық пен фермерлік шаруашылықтың ауылды аймақтардағы өндіріс көлемінің жүзеге асуын ұлғайту;
- жергілікті сәулет ескерткіштерін, халықтың өнері мен әдет-ғұрыптарының элементтерін сақтау және насихаттау;
- туристік қызметке аса көңіл бөле отырып, қызметтер саласының кеңеюін қамтамасыз ету.

Жоғарыда аталған бағыттардың ішінде халықтың әдет-ғұрыптарын сақтау және салт-дәстүр элементтерін бизнестік мақсатта қолданудың маңызы зор деп пайымдаймыз, себебі, Түркістан облысында еліміздегі негізгі салт-дәстүр ошақтары орналасқан және оларға қызығушы республика тұрғындарының саны жылдан-жылға арту үстінде.

Қорытынды

Қорытындылай алғанда, аграрлық туризм Түркістан облысының аумағындағы ауылды мекендерді дамыту мен өмір сүру деңгейін арттырудың маңызды элементі саналады. Пандемия цифрлық технологиялардың дамуына қозғалыс беріп, үкімет тарапынан бірқатар маңызды қадамдар жасалды. Осы инновациялық технологиялардың көмегімен облыс аумағындағы бау-бақша өндірісін дамыту және оған келушілердің санын ұлғайтуға тамаша мүмкіндіктер туып отыр.

Агротуризм ауылдық аумақтарда ұйымдастырылатын демалыспен бірге, ауыл шаруашылық жұмыстарына араласуға, жергілікті гастрономияны, қол өнершілікті дамытуға, ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда ұйымдастырылатын экскурсияларға қатысуға мүмкіндік берері сөзсіз.

Біздің зерттеу жұмысымыздың пікірі бойынша агротуризм саласы Түркістан облысында жаңадан қалыптасып келе жатыр және болашақта үлкен перспективалық маңызға ие болып табылады. Бұл үшін, облыстың табиғи және адами ресурстары жеткілікті деңгейде әрі үкіметтік қолдау белсенді түрде жалғасуда. Осымен қатар, зерттеу барысында атап өткеніміздей жергілікті фермерлердің туристік фирмалармен қоян-қолтық жұмыс атқаруына ақпараттық-кеңестік жәрдемдер қажет. Фермерлердің электрондық ресурстар арқылы өнімдерін насихаттау мен өткізу әдістеріне тың идеялар мен өзгерістерді түсіндіру жұмыстарын жүйеге қою да кезекті міндеттердің қатарынан саналады.

Түркістан облысында орналасқан қалалар сонымен қатар Батыс Қытай-Батыс Еуропа дәлізінің орналасуы, маңындағы ауылдар мен демалыс орындарының қызметіне деген сұранысты арттыратындығы сөзсіз. Себебі, озық дамыған шетелдік мемлекеттердің тәсілі бойынша қонақжайлылықтың қалыптасуына орай, үкіметтік жобалар жақын маңдағы елдімекендердің де даму картасын өзгертуге шешімдер қабылдайды. Біздің көзқарасымыз бойынша, облыс аумағындағы ауылдарда инновациялық агрокешендердің салынуы мен замануи ақпараттық-коммуникациялық технолоияларды тиімді қолдануға басым назар аударған жөн болып табылады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Слинкова О. К. Агротуризм в системе мирового туристского рынка //Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2017. – Т. 3. – №. 3. – С. 74-82.
2. Dehingia N., Raj A. Sex differences in COVID-19 case fatality: do we know enough? //The Lancet Global Health. – 2021. – Т. 9. – №. 1. – С. e14-e15.

3. Senapati N. et al. Global wheat production could benefit from closing the genetic yield gap //Nature Food. – 2022. – Т. 3. – №. 7. – С. 532-541.
4. Hirzel J. et al. Durum wheat grain production, grain quality, and plant nutrient concentration in response to different residue levels from two biannual crop rotations //Journal of Plant Nutrition. – 2021. – Т. 44. – №. 5. – С. 619-628.
5. Zhang Q. et al. Spatial spillover effects of grain production efficiency in China: Measurement and scope //Journal of Cleaner Production. – 2021. – Т. 278. – С. 121062.
6. Falkendal T. et al. Grain export restrictions during COVID-19 risk food insecurity in many low-and middle-income countries //Nature Food. – 2021. – Т. 2. – №. 1. – С. 11-14.
7. Смагулова Ш. А. Инвестициялар Қазақстанның АӨК-ін дамытудың ынталандырушы факторы ретінде //Проблемы агрорынка. – 2021. – №. 4. – С. 31-40.
8. Шокан Р., Каменова М., Аймурзина Б. Агротуризм как перспективное направление развития сельских территорий //Проблемы агрорынка. – 2023. – №. 2. – С. 62-70.
9. Ауыл тұрғындарына агротуризмді ұйымдастыруға арналған нұсқаулық // www.gov.kz URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/vko-altay-polyanskoe/press/news/details/703557?lang=kk&ysclid=lyquslphu4530854052> (дата обращения: 12 ақпан 2024).
10. Smagulova S. et al. Prospects for digitalization of energy and agro-industrial complex of Kazakhstan //International Journal of Energy Economics and Policy. – 2022. – Т. 12. – №. 2. – С. 198-209.

REFERENCES

1. Slinkova O. K. Agroturizm v sisteme mirovogo turistskogo rynka [Agrotourism in the global tourism market system] //Nauchnyi rezülat. Tehnologii biznesa i servisa. – 2017. – Т. 3. – №. 3. – С. 74-82.
2. Dehingia N., Raj A. Sex differences in COVID-19 case fatality: do we know enough? //The Lancet Global Health. – 2021. – Т. 9. – №. 1. – С. e14-e15.
3. Senapati N. et al. Global wheat production could benefit from closing the genetic yield gap //Nature Food. – 2022. – Т. 3. – №. 7. – С. 532-541.
4. Hirzel J. et al. Durum wheat grain production, grain quality, and plant nutrient concentration in response to different residue levels from two biannual crop rotations //Journal of Plant Nutrition. – 2021. – Т. 44. – №. 5. – С. 619-628.
5. Zhang Q. et al. Spatial spillover effects of grain production efficiency in China: Measurement and scope //Journal of Cleaner Production. – 2021. – Т. 278. – С. 121062.
6. Falkendal T. et al. Grain export restrictions during COVID-19 risk food insecurity in many low-and middle-income countries //Nature Food. – 2021. – Т. 2. – №. 1. – С. 11-14.
7. Smagulova Sh. A. Investiciyalar Qazaqstannyn' AOK-in damytudyn' yntalandyrushy faktory retinde [Investments as a stimulating factor for the development of the agro-industrial complex of Kazakhstan] //Problemy agrorynka. – 2021. – №. 4. – С. 31-40.
8. Shokan R., Kamenova M., Ajmurzina B. Agroturizm kak perspektivnoe napravlenie razvitiya selskih territorij [Agrotourism as a promising area of rural development] //Problemy agrorynka. – 2023. – №. 2. – С. 62-70.
9. Auyl тұрғындарына агротуризмді ұйымдастыруға арналған нұсқаулық [Guide to the organization of agritourism for rural residents] // www.gov.kz URL:

<https://www.gov.kz/memleket/entities/vko-altay-polyanskoe/press/news/details/703557?lang=kk>
(data obraşenia: 12 aqpan 2024).

10. Smagulova S. et al. Prospects for digitalization of energy and agro-industrial complex of Kazakhstan //International Journal of Energy Economics and Policy. – 2022. – Т. 12. – №. 2. – С. 198-209.

Н.У. АБИШОВ

PhD, аға оқытушы

Халықаралық туризм және меймандостық
университеті

(Қазақстан, Түркістан)

E-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz

А.У. АБИШОВА

э.ғ.к., қауымдастырылған профессор

М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан
университеті (Қазақстан, Шымкент)

13.10.23 ж. баспаға түсті.

21.11.23 ж. түзетулерімен түсті.

29.12.23 ж. басып шығаруға қабылданды.

N.U. ABISHOV^{1*}, A.U. ABISHOVA²

¹International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz

²South Kazakhstan University named after M. Auezov

(Kazakhstan, Shymkent)

MECHANISMS FOR THE DEVELOPMENT OF AGRITOURISM IN TURKESTAN REGION

Abstract. *The development of agrotourism in the Turkestan region is important for the development of not only the natural resources of rural areas, but also culture, national cuisine, history and traditions of the Kazakh people. This industry belongs to a potential topic that determines the directions of the future development of domestic tourism and agriculture. Agrotourism is a type of tourism that can be organized in rural areas, which in recent years, according to statistics, is in great demand among consumers. This sector is aimed at the economic growth of rural settlements, the preservation of ecosystems and cultural values, the development of territories, as well as providing solutions to issues such as infrastructure, unemployment in rural areas. Definitely, it will be useful to use the experience of European countries in the field of agrotourism for some regions of the Turkestan region. In this regard, the Turkestan region, one of the most developed regions of the country's agriculture, was chosen as the object of study of the scientific article.*

The goal - is to comprehensively identify the factors of socio-economic potential and propensity of the Turkestan region to agrotourism.

Research results - it was found that there are enough resources for the development of agrotourism in this area; it was noted that financial assistance to support some areas of agrotourism is sufficient from local government agencies; recommendations were analyzed and given on which areas have the highest opportunities for the development of agrotourism; the features of agrotourism as a successful tourist destination of agricultural entrepreneurship in general are shown.

Conclusions - due to the fact that the agro-tourism resources of the Turkestan region differ from other regions, the task of its professional development arises, for example, in the Almaty

region of Kazakhstan, the first mechanisms for the development of agro-tourism have been formed. Consider this, a detailed analysis of the resources of the agro-tourism potential of the region was carried out in the scientific work.

Keywords: *Turkestan region, rural tourism, agro tourism, economic analysis, tourist cluster.*

Н.У. АБИШОВ^{1*}, А.У. АБИШОВА²

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz

²Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова
(Казахстан, Шымкент)

МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В ТУРКЕСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. *Развитие агротуризма в Туркестанской области имеет важное значение для развития не только природных ресурсов сельских районов, но и культуры, национальной кухни, истории и традиций казахского народа. Данная отрасль относится к потенциальной теме, определяющей направления будущего развития отечественного туризма и сельского хозяйства. Агротуризм - это вид туризма, который может быть организован в сельской местности, который в последние годы согласно статистическим данным пользуется большим спросом среди потребителей. Этот сектор направлен на рост экономики сельских поселений, сохранение экосистем и культурных ценностей, развитие территорий, а также обеспечение решения таких вопросов, как инфраструктура, безработица в сельской местности. Однозначно, будет полезно использовать опыт Европейских стран в области агротуризма для некоторых регионов Туркестанской области. В этой связи, объектом изучения научной статьи выбрана Туркестанская область, один из наиболее развитых регионов сельского хозяйства страны.*

Цель - всестороннее выявление факторов социально-экономического потенциала и склонности Туркестанской области к агротуризму.

Результаты исследования - установлено, что ресурсов для развития агротуризма в данной области достаточно; отмечено что финансовой помощи на поддержку некоторых направлений агротуризма достаточно со стороны местных государственных органов; проанализированы и даны рекомендации относительно того, в каких районах наиболее высоки возможности развития агротуризма; показаны особенности агротуризма - как успешного туристского направления аграрного предпринимательства в целом.

Выводы - в связи с тем, что агротуристические ресурсы Туркестанской области отличаются от других регионов, возникает задача ее профессионального освоения, например, в Алматинской области Казахстана сформированы первые механизмы развития агротуризма. С учетом этого в научной работе был проведен детальный анализ ресурсов агротуристического потенциала региона.

Ключевые слова: *Туркестанская область, сельский туризм, агротуризм, экономический анализ, туристский кластер.*

МҒТАР: 06.71.57

<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.03>

ӘӨЖ: 338.48

**Н.Т. БАТЫРОВА¹, С.А. НАХИПБЕКОВА^{1*}, А.А. КУЛБАЕВА¹,
С.Б. ДАНЫШБАЕВ²**

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті

(Қазақстан, Түркістан), E-mail: nahypbekova.symbat@iuth.edu.kz

²Қожа Ахмет Ясауи атындағы халықаралық қазақ - түрік университеті

(Қазақстан, Түркістан)

ТҰРАҚТЫ ТУРИСТІК СЕКТОРҒА ҚОЛ ЖЕТКІЗУДЕГІ АҚЫЛДЫ ҚАЛАНЫҢ МАҢЫЗЫ

Аңдатпа. "Ақылды қала", "ақылды туризм" терминдері қазіргі таңда өте танымал болып, өзекті мәселеге айналды. Зерттеудің мақсаты - "ақылды қалалар" мен "ақылды туризм" туралы соңғы әдебиеттерге шолу жасай отырып, олардың тұрақты туристік секторға қол жеткізуге, туристік сектордың бәсекеге қабілеттілігін заманауи жолмен арттырудағы рөлін талдау болып табылады. Сонымен қатар, "ақылды қалаларды" құру және пайдалану арқылы қаладағы туризмнің өсуі мен даму жолдарын анықтау. Осы зерттеу нәтижесінде "ақылды қала" мен "ақылды туризм" арасында тығыз байланыс болғанымен, "Ақылды қала" туристік бағыттардың өсуі мен дамуында шешуші рөл атқаратыны белгіленген. Ақылды қала туристік кешендердің өзара байланыстарының нәтижесі болып табылады. Мақалада, Түркістан қаласында "ақылды туристік қалалардың" қағидаларын пайдалану ұсыныстары бар. Ақылды туристік қаланың қағидаларын пайдалану арқылы Түркістан қаласының брендін қалыптастыруға жол ашылады. Мақалада статистикалық және сауалнамалық әдістер қолданылған. Сауалнама жауаптары SPSS 22. бағдарламасына енгізіліп, ақылды қала құру үшін өзгермелі элементтеріне қатысты нормативті тест нәтижелері мен факторлық талдау жасалынды.

Кілт сөздер: ақылды қала, ақылды туризм, ақылды экономика, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар

Кіріспе

«Ақылды» қалалардың басты мақсаты - қалалық инфрақұрылымның жұмысы тиімді, ал азаматтардың өмірі жайлы және қауіпсіз болу үшін адам өмірінің барлық салаларына жаңа технологияларды енгізу. Барлық тұрғындарды байланыстыратын бірыңғай ақпараттық желі

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Батырова Н.Т., Нахипбекова С. А., Кулбаева А.А., Данышбаев С.Б. Тұрақты туристік секторға қол жеткізудегі ақылды қаланың маңызы // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 30–47. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.03>

***Cite us correctly:** Batyrova N. T., Nakhypbekova S. A., Kulbaeva A. A., Danyshbaev S. B. Turaqty turistik sektorga qol zhetkizudegi aqyldy qalanyn' man'yzy [The Importance of a Smart City in Achieving a Sustainable Tourism Sector] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 30–47. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.03>

адаспауға немесе біреуді жоғалтпауға (баласын, қарт туысын, мүмкіндігі шектеулі баланы), сонымен қатар әрдайым қалалық ортадағы өзгерістерден хабардар болуға, құқық қорғау жүйесімен, әкімшілікпен және басқа да азаматтармен өзара әрекеттесуге көмектеседі. Қашықтықтан білім берудің онлайн-платформасы сіздің уақытыңызды үнемдейді, ал жол-көлік инфрақұрылымы мен беделді басқару жүйелерін дамыту осы уақытты тиімді пайдалануға көмектеседі [1, 16 б]. Ақылды қала – бұл ақылды басқару, ақылды өмір, ақылды адамдар, ақылды орта, ақылды экономика, ақылды ұрпақ аспектілерін қамтитын қала. Ақылды технологияларды енгізуді қажет ететін бағыттардың тізімі қала экономикасы мен қалалық инфрақұрылымның барлық салаларын қоспағанда: аналитика, банк қызметі, ғимараттар, сауда, электронды үкімет, байланыс, білім беру, энергетика, төтенше жағдайлар, қоғамдық тамақтандыру, денсаулық сақтау, өндіріс қызметтер, көлік, бөлшек сауда, қоғамдық қауіпсіздік, экология және қоршаған орта мониторингі, сумен және газбен қамтамасыз ету және тағы басқалар. Қалалық менеджменттің «интеллектуализация» процесінің жалпы схемасы - бұл көптеген факторларды, соның ішінде қала тұрғындары енгізген айырмашылықтарды ескеруді қажет ететін күрделі құбылыс [2, 37 б].

Әдебиеттерге шолу

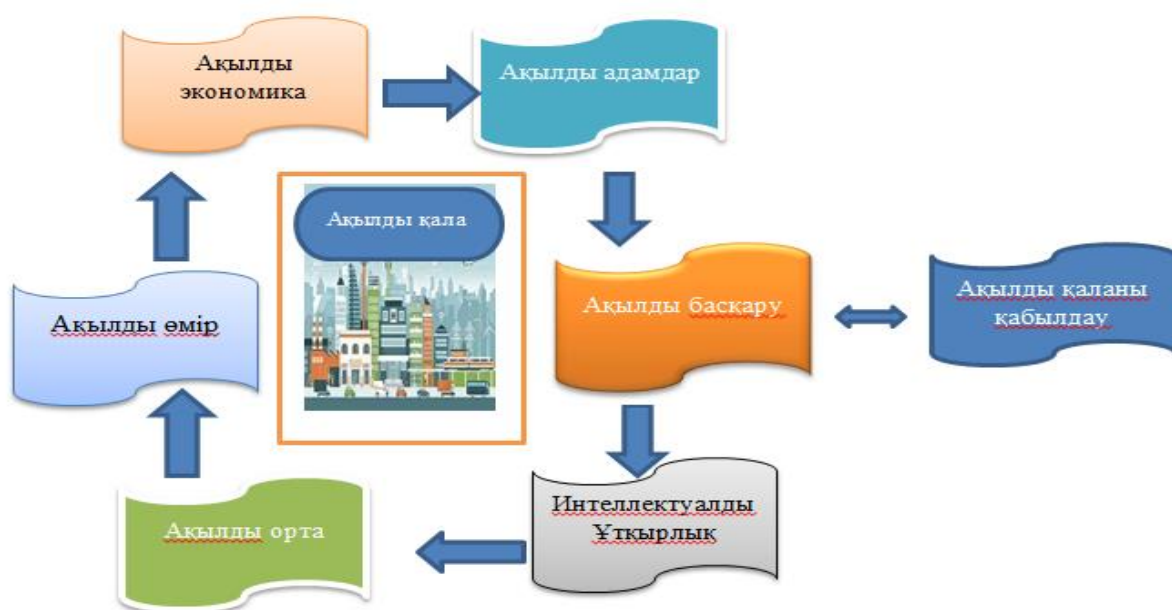
Халық саны тұрақты түрде өсуде, әсіресе қалалық жерлерде. Жер шары халқының жартысы қалалық жерлерде тұрады және бұл көрсеткіш 2050 жылға қарай 60% - ға дейін өседі деп есептеледі. Бұл қоршаған орта мен ресурстарға үлкен қысым жасайды. Басқару және технология да осы үлкен халыққа байланысты. Ақылды дегеніміз-түсіну, жылдамдық, икемділік және дәлдік мәселелерін шешу қабілеті немесе тәжірибе, білім және парасаттылыққа ие болу сапасы [3, 62 б]. "Ақылды" сөзі соңғы жылдары сенсорларға, деректердің үлкен көлеміне және заттардың инертті әсері сияқты жаңа байланыс әдістеріне тәуелді технологиялық, экономикалық және әлеуметтік әзірлемелерді сипаттау үшін кеңінен танымал болды [4, 17 б]. Қала халқының өсуі және ресурстардың үнемі сарқылуы ең қарапайым қызметтерді алумен бірге адам өміріне ауыртпалық түсіреді. Осылайша, әлемнің көптеген қалалары ақпараттық-коммуникациялық технологияларды оңтайлы пайдалану арқылы азаматтарға тікелей қызмет көрсетуде іргелі рөл атқаратын "ақылды қалаларға" айналды.

"Ақылды туристік қала" - бұл қала тұрғындары мен туристерге технология арқылы негізгі қызметтерді ұсынуға бағытталған қалалық трансформация. Жақында көптеген зерттеушілер "ақылды қала" және оның туризмді дамыту үшін маңызы туралы ұсыныстар жасады "ақылды қала" тұжырымдамасын қолдануды және оны адами, әлеуметтік және технологиялық капиталмен біріктіруді ұсынды [5, 45 б]. Басқаша айтқанда, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар, сондай-ақ зияткерлік және әлеуметтік капитал болып табылатын "ақылды қала" қозғалтқыштарын біріктіруге баса назар аударылады. Олар сондай-ақ тұрақты қала дамуының әсерін атап өтті, кейбір кезеңдерді қамтитын интеллектуалды туристік бағыттардың моделін ұсынды [6, 13 б]. Біріншісі: бастапқы классификацияларды жинауды және кейіннен аналитикалық классификацияларды шығаруды қамтитын ашық кодтау. Екіншісі: ашық кодтау, ол осы жіктеулер арасындағы байланысты анықтауды қамтиды. Үшіншісі: барлық классификацияларды біріктіру арқылы ұсынылған таңдамалы кодтау. Бұл модель зияткерлік туристік бағыттарды дамытуға қызмет етуі мүмкін. Бұлты есептеу технологиялары мен заттар интернеті өнеркәсіптік және қалалық бизнесті дамытуға ықпал ететін "ақылды қалаларды" құруда маңызды рөл атқарады [7, 15 б].

Үлкен деректерді өңдеуге ықпал ететін және кеңейтуге икемділігі бар бірнеше деңгейден тұратын заттар мен бұлтты есептеу интернетін құруды ұсынды. А.Трипати және басқалар зерттеуінше азаматтар, қалалық әкімшіліктер және туристік мекемелер арасындағы ынтымақтастық арқылы туристер үшін тұрақты ұтқырлыққа қол жеткізу мәселесін шешудің маңыздылығын атап өтті. Зерттеуші тұрақты туристік ұтқырлықтың тәуелсіздігіне ықпал ететін I-Tour деп аталатын Заттар интернетіне негізделген қосымшаны ұсынды [8, 51 б]. В.Ким және басқалар қала азаматтары қатысатын электрондық платформадан 10 жыл ішінде жиналған сауалнаманы талдау арқылы оның барлық тұрғындарын қанағаттандыратын ақылды қала құру үшін азаматтарға қала құрылысын жоспарлау мақсатында Сеулдің тұрақты дамуына ықпал етуге бағытталған. "Ақылды қаланың" басты міндеттерінің бірі-туристердің қалауын интеллектуалды түрде алу [9, 63 б]. Аббаси-Моуд және басқалар интеллектуалды туризмде пайдаланушының қалауын автоматты түрде шығаруды ұсынады. Пайдаланушылардың пікірлері мен әлеуметтік желілерде орналастырылған деректер қолданылады. Зерттеуші деректерді семантикалық топтастыру және көңіл-күйді талдау арқылы пайдаланушының қалауын алды. Бұл құжаттың мақсаты - "ақылды қала" мен "ақылды туризм" туралы жалпы көзқарасты және олардың арасындағы байланысты нақтылау, сонымен қатар "ақылды туристік қала" құрылысының алдында тұрған маңызды мәселелерді бөліп көрсету [10, 22 б].

"Ақылды қала" мен "ақылды туризмнің" байланысы. Ақылды қала үрдісі бүгінде қарқынды дамуға бет алып жатқан жаңа Түркістанның бет-бейнесі мен келбетіне өзіндік әсер ететіні сөзсіз. Ақылды қалаларды салу және дамыту мақсаттары бойынша Түркістан қаласына тұрғындар мен қонақтардың қажеттіліктерін назарға ала отырып, озық цифрлық технологияларды енгізетін болса, тұтынушылар игілігіне тиімді қызмет ететін болады.

Осындай сипаттамалары бар ақылды қала тәуелсіз және білімді азаматтардың қабілеттері мен әрекеттерінің үйлесімін ашады. Белгіленген қаланың "Ақылды қала" критерийлеріне сәйкес келетіндігін бағалау үшін алты критерий анықталған, олар: ақылды орта, ақылды экономика, ақылды басқару, ақылды адамдар, ақылды өмір және интеллектуалды ұтқырлық (сур.1).



1- сурет – Ақылды қаланы қабылдау үлгісі

Ескерту: автормен құрылған

Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар "Ақылды қаланы" құрудың маңызды факторы болып табылады. Туризм саласына қатысты келетін болсақ, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар қазіргі уақытта көлік қызметтері, мәдени және ойын-сауық қызметтері сияқты көптеген қызметтерде негізгі рөл атқарады. Туристерді қалаға тартуда адам факторы да үлкен рөл атқарады. Инфрақұрылым жайлы туристер мен жағымды туристік тәжірибелерді ұсынады. Қоршаған орта туристерге жасыл ортаны немесе жасыл туризмді қамтамасыз ете алады, бұл таза экологиялық түрде жүзеге асырылатын туристік қызмет. Басқа мағынада ақылды қала туристік бағыт деп айта аламыз [11, 54 б]. Туристерге мәдени тәжірибе беру туристерді тартуға қабілетті инновациялық білім қаласын құруға, сондай-ақ саяхатты қолдау және саяхатшыларға ыңғайлы болу үшін Ақылды көлік құралдарын жасауға көмектеседі [12, 46 б].

Туризм статистикасы бойынша Қазақстанға 8,5 млн турист келгені және олар 2019 жылы 2,9 млрд АҚШ долларын жұмсағандығы көрсетіледі. Ал, бір туристің жұмсайтын шығыны Қазақстанда 343 АҚШ долларын ғана құрайды. Егер бұл көрсеткіш дамыған елдердегі көрсеткіштермен салыстырылса, күтілген дәрежеден төмен екендігі түсінікті болады. Сонымен қоса, келуші туристердің басым бөлігі, әдетте, пост-кеңестік елдерден. Олардың үлесіне келушілердің 91,7%-ы және туристер тарапынан Қазақстанға жұмсалатын шығындардың 70,6%-ы тиесілі. Бұдан басқа, 2010-2019 жылдар аралығындағы кезеңде орналастыру орындарындағы бөлмелер санының өсу қарқыны 220%-ды құрайды, алайда 2010-2019 жылдар аралығындағы сол орналастыру орындарындағы толымдылықтың орташа көрсеткіші 25,7%-ды құрайды және толымдылық деңгейінің 10%-ға төмендеуі байқалады. Басқа елдерден келушілер жалпы келушілердің 8,3%-ын, бірақ туристер тарапынан жұмсалатын шығындардың 29,4%-ын құрады. Анық көрініп тұрғандай, туризм көзі болып табылатын нарықтың үлесі төмен деңгейде. Сонымен қатар, Бүкіләлемдік Саяхат және Туризмнің Бәсекеге қабілеттілік Индексі (ТТСІ) (2019) деректері бойынша Қазақстан 140 елдің ішінде 80-ші орында. Ергеш В. т.б. пікіріне сүйенсек, Қазақстан туризмінің қазіргі таңдағы ахуалын қонақ үй, тағам, тартымды орындар арқылы анықтауға байланысты сентименттік талдау (sentiment analysis) әдісі арқылы зерттейтін отандық әдебиеттер немесе ғылыми еңбектер тапшы [13, 71 б].

А. Хюертастың зерттеуінде ақылды қалалардың көптеген аспектілері бойынша Гонконг брендин ақылды қала ретінде құрудың ерекше факторлары анықтаған. Факторлық талдау нәтижелері келушілер тұрғысынан ақылды қаланың не екенін анықтайтын төрт факторды анықтайды, атап айтқанда ақылды қоғамның сапасы: қалалық ортада энергияны тұтыну, ақылды қаланы басқару және ақылды қалада өмір сүру. Алғашқы екі фактор келушілер қарастыратын сәтті ақылды қала брендин анықтайды [14, 53 б]. Бұл бағытта Арагонес және т. б. жақында азаматтарды орташа ұзақ мерзімді қалалық стратегияларға тартатын қаланы стратегиялық басқару моделі жасалды [15, 36 б]. Тәжірибелі және талапшыл жаңа турист технологияны, жекелендіруді және ойластырылған көрікті жерлер мен бағыттарды бағалайды. Сондай-ақ, ақылдылық пен туристердің алдын ала және сапар кезінде келуінен тартымды және есте қаларлық тәжірибе жасау арасында оң корреляция бар екендігі көрсетілді [16, 19 б].

М.Саджид Хан пікірінше, адамзат тарихында соңғы онжылдықтардағы ең тиімді технологиялық шешімдердің қатарына ақылды қалалардың пайда болуын айтуға болады. Ақылды қалалардың негізгі мақсаты мемлекеттік және жеке секторлардың қызметін жақсарту, сондай-ақ мемлекет, бизнес процестері және жеке тұлғалардың іс-әрекеттерінің

нәтижесін жоғарылату, адамдардың өмір сүру сапасы деңгейін жақсарту болып табылады. Соңғы жылдары «ақылды туризм» ұғымы да «ақылды қала» сөзінің бір тармағы ретінде пайда болып, туристердің саяхат барысындағы нақты қажеттіліктері мен сұраныстарына жауап беретін тиімді шешімдерге бағытталған туризм түрлерінің біріне айналды. Сондықтан қазіргі таңда ақылды қалаларды дамыту арқылы «ақылды туризмді» ілгерілету ең өзекті мәселелердің қатарына жатады. Әлемнің түрлі елдеріндегі «Ақылды қала – ақылды туризм» концепцияларының даму сипаттамаларын зерттей келе, аталмыш жүйені туризм саласындағы түрлі тараптардың мүдделерін қанағаттандыру мотиві арқылы дамытудың жаңашыл жолдарын қарастыру мүмкіндіктерін зерделеген жөн [17, 67 б].

Кичан Намның пікірінше, қазіргі таңда бірнеше салаларда, оның ішінде туризм саласына айрықша әсер ететін жаңа технологиялардың қатарында блокчейн технологияларын ерекше атап өтуге болады. Блокчейн технологиялардың негізгі құралдары ретінде аталатын криптовалюта, смрат-контрактілер, деорталықтандырылған қосымшалар туристердің жүргізетін транзакцияларына үлкен көлемде әсер ете алады. Блокчейн технологиялардың ақылды қалаларды және ақылды туризмді дамытудағы рөлі және маңыздылығы зор. Бұл туристердің саяхаты барысындағы процестер мен әрекеттерді біршама жеңілдетеді [18, 13 б].

Ақылды қалаларда ақылды технологияларды дамытуда жаңашыл тенденциялардың, технологиялық шешімдердің, өзгерістердің пайда болуына әлем бойынша пандемия кезеңінің себептері де біршама әсер етті [19, 59 б].

Гретзел У. ақылды туризм ірі қалалар контекстінде алдыңғы технологияларды қолданудың нәтижесінде пайда болатындығын растайды. Ол көбіне «ақылды қала» идеясының дамуынан пайда болады. Бірақ оның ұғым ретіндегі тұжырымдамасы және жүзеге асырылуы «ақылды қала» ұғымынан жекеше түрде бөлініп шықты. Дегенмен, бұл ұғымдардың екі түрлі мағынада қолданылуынан ешқандай тиімділік табылмайды. Себебі, күнделікті қала өмірі мен туристердің келу процесі қатар дамитын процесс. Ал ақылды технологиялар тұрғын аймақтар мен туристік аудандардың арасындағы шекараны бұзады. Аталмыш мәселелерді шешу үшін ақылды туристік қала тұжырымдамасы іске қосылады және теориялық әрі практикалық жоспарда ақылды туристік қала ұғымының маңыздылығын айғақтайды [20, 17 б].

Арье Херсковичидің пайымдауынша, туристер үшін өздері баратын қалада көлік, тасымалдау, жеке қауіпсіздік, демалыс және т.б. сипаттамалар және сол қызметтерге қанағаттану деңгейі маңызды рөл атқарады. Ал ақылды қала жүйесі осы нюанстарды қалай реттеп, туристердің қанағаттану дәрежесін жоғарылата алатыны қазіргі таңдағы өзекті тақырыптардың бірі. Ақылды қала жүйесі туристердің саяхатына бірнеше аспектілерде үлес қоса алады. Олар: ақпарат, тасымалдау, жеке қауіпсіздік және мүмкіндігі шектеулі туристер үшін қолжетімділік. Сондықтан осы аспектілерге приоритетті назар аудара отырып, туристердің қанағаттануы мен саяхаттаған қалада ұзақ уақыт болуын қамтамасыз ету қажет. Сондай-ақ, туристерді қабылдаушы қалаларға кез келген уақытта және түрлі мақсатта туристердің қаламен толықтай таныса алуына мүмкіндік беру үшін алдыңғы қатарлы технологияларды енгізу жұмыстарын жүргізу ұсынылады [21, 37 б].

Джао Ромао зерттеулеріне сүйенсек, қалалардың тартымдылығын халықты тұрақты өмір сүруі мен халықаралық туризмге деген сұраныстың арақатынасынан пайда болатын сипаттамалармен анықтауға болады. Тартымды қалалардың сипатында негізгі орынды түрлі инновациялық факторлар жиыны және қаланы «тұрақты ақылды қала» ракурсында

дамытуға арналған тұрақты шешімдер стратегиясы маңызды орын алатыны белгілі болды. Қалалардағы осындай инновациялық ерекшеліктермен байланысты ақылды қалалардың өсу процесі мен динамикасы мүдделі тараптарға түрліше әсер етуі мүмкін. Сол себепті ақылды қала жүйесін туризм саласымен қатар дамытуға ыңғайлы әрі оңтайлы стратегияны таңдап алудың жаңа моделдерін қамтамасыз ету мәселесін ерекше назарға алған дұрыс [22, 67 б].

Питер о Коннордың жүргізген зерттеулеріне сәйкес, «ақылды туризм» жалпы туризм саласының тұтас экожүйесіне әсер етеді. Ол жүйе өз кезегінде «ақылды қала – ақылды туризм» стратегиясы арқылы туризм саласындағы жаңа бизнес секторлардың ашылуына көмектеседі. Ақылды туризм жүйесі ақылды қонақжайлылық ұғымының пайда болуына алып келеді. Яғни, ол клиентке бағдарлану, әр туристке жеке көзқарас секілді маңызды аспектілердің туындауымен тығыз байланысты болып келеді [23, 58 б]. Луиза Эрричеллоның пікірінше, соңғы жылдарда ақылды қала тақырыбы қаланы жоспарлау және түрлі перспективалардан, оның ішінде тұрақтылық, басқару және туризм аспектілері тұрғысында кеңінен талқыланып келеді. Бұл процесс көбінесе қазіргі таңда әлемде кеңінен етек алып жатқан урбанизация процесінің және қала халқы санының өсуімен байланысты дамып келе жатыр. Бұл мүмкіндіктер көптеген қалаларды ақылды инновациялар жүйесін ойлап тауып, іске асыруға итермелеуде. Қазіргі таңда ақылды қала феномені және оның туризмге әсері тұрғысында жүйелі зерттеулер жоқтың қасы. Сол себепті, ақылды қала ұғымын ақылды туризм тұжырымдамасымен қатар зерттей отырып, қалалардың урбанизациялық жоспарлануына, туризмдегі ақылды стратегиялардың қолданылуына, ақылды қалалардың жаңа мүмкіндіктерге ие болуы үшін қандай ресурстар мен қабілеттерге ие болуы қажеттігі және туризм нарығынан келетін қандай қиындықтарға бетпе-бет келу мүмкіндігіне, сонымен қатар, ақылды қаланы жоспарлау мен оның туристік көрікті орындарының туристік аймақтардың бәсекеге қабілеттілігіне әсерін тереңінен зерттеген жөн [24, 101 б].

«Ақылды қалалар» туризмнің дамуында шешуші рөл атқарады, дейді Аджай К.Трипати, бірақ көптеген қалалар қауіпсіздіктің болмауы, алаяқтық және тәуелсіз ұтқырлыққа кедергі келтіретін ресурстар туралы қол жетімді ақпараттың болмауы сияқты мәселелерге тап болады. Автордың пікірінше, бұл кедергілерді еңсеру жергілікті тұрғындарды туристерге көмек көрсетуге белсенді тартуды және қала тұрғындары, қала әкімшілігі мен туристер арасында ынтымақтастық орнатуды көздейді. Бұл бірлескен тәсіл «ақылды қалалардың» әртүрлі аспектілерін, соның ішінде туризм мен экономикалық дамудағы тұрақты ұтқырлықты жақсарта алады. Дегенмен, бұл мәселелерді шешу қоғамның күш-жігері мен озық интеллектуалды құралдардың үйлесімін қажет ететін күрделі процесс. Интернетке негізделген Itour деп аталатын практикалық шешім берілген. Itour туристер арасында тәуелсіз ұтқырлықты ілгерілетуге негіз болады [25, 24 б].

Л.Г.Селютинаның айтуынша, ақылды қала технологияларын, күрделі процестерді және адамдардың өмірін жақсарту мақсатында қала экономикасының қызметіндегі интеллектуалды шешімдерді таңдауды қолдана отырып, қалалық ортаның дамуы мен қазіргі проблемаларын қарастыру маңызды. Қазіргі таңда Санкт-Петербургтегі "ақылды қала" технологияларын дамытудың негізгі көрсеткіштеріне талдау жүргізілуде. Автордың пікірінше, Санкт-Петербургтегі "ақылды қаланың" ерекшеліктеріне ерекше назар аудара отырып, қалалық апатта технологияны дамыту арқылы әр адамның өмір сүру сапасына басты назар аударылады. Автордың айтуынша, дәстүрлі құралдар арқылы ағымдағы мәселелерді шешу үшін таңдаудың және ақылды шешімдердің ойластырылған және бейімделу процесін

зерттеу маңызды. Ақылды қала технологияларының оң әсері көбінесе бөлу және екпін беру арқылы жүзеге асырылуы мүмкін, бұл қарастырылып отырған тұжырымдаманы одан әрі іске асыруға әкеледі [26, 18 б].

Б.Димитриостың пікірінше, технологияның қарқынды дамуы барлық ұйымдар мен қауымдастықтарға интеллектуалдылық әкеледі. «Ақылды туристік бағыттар» тұжырымдамасы (SMART Tourism Destinations - STD), автордың пікірінше, «ақылды қалалардың» дамуы нәтижесінде пайда болады. Автордың пікірінше, барлық ұйымдар мен бөлімшелерге технологияны енгізу арқылы баратын орындар туристік тәжірибені байыту үшін кең таралған сенсорлық технологиялар мен олардың әлеуметтік компоненттері арасындағы синергияны пайдаланады. Саяхатшылардың сапарға дейінгі, сапар кезіндегі және одан кейінгі қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін парасаттылық тұжырымдамасын қолдана отырып, баратын жерлер автордың пікірінше олардың бәсекеге қабілеттілік деңгейін арттыра алады. Бұл мақала, автордың айтуынша, баратын жеріңіздегі туристік қолданбаларды зерттеу және оның мүмкіндіктері мен мәселелерін қарастыру арқылы "ақылды туристік бағыттар" құрылымын тұжырымдамалау арқылы «ақылды қалаларды» дамытудың артықшылықтарын пайдалануға бағытталған [27, 69 б].

Р. Ла Россаның айтуынша, туризмді, оның ауқымы мен экономикадағы рөлін ескере отырып, «қалалық құбылыс» ретінде қарастыруға болатындығы дәлелденген; осылайша, оған қоршаған ортаға әсерді азайту үшін тиісті басқару процестері, саясат пен құралдар, қалаларды ұйымдастыру және жалпы қалалық өмір сүруге жарамдылық қажет. «Ақылды қала» тұжырымдамасы қалалық басқару мен жоспарлаудың қолданыстағы тетіктерін қайта бағалау мүмкіндігі ретінде ұсынылған. Алайда, экономика, ұтқырлық, қоршаған орта, адамдар, өмір салты және басқару сияқты жеке компоненттерден тыс біртұтас тәсілдің маңыздылығы қазіргі таңда ең маңызды мәселелердің біріне айналған. Автордың айтуынша, мақалада құралдарды таратудың қарапайымдылығына байланысты «ақылды қалалардың» технологиялық компоненті инновациялық процестерден басым болатын қазіргі тенденция атап өтіледі. Бұл жарнамалық күш-жігер туристік сұранысты басқару мәселесін шешуге емес, қаланың брендингіне бағытталғанын көрсетеді. Мобильді қосымшалар мен технологиялық шешімдердің таралуына қарамастан, қалалық туризмді басқаруда жаңа технологиялардың барлық әлеуеті іске асырылмайды. Автор қалалық саясат пен стратегияларға неғұрлым жан-жақты көзқарасты қолдайды [28, 13 б].

У.Гретцельдің пікірінше, қалаларда ақылды туризмді қолдану ақпараттық және коммуникациялық технологияларға (АКТ) негізделген ХХІ ғасырдың трансформациялық парадигмасы болып табылады. Бұл туристік тәжірибені жақсарту және бизнес үлгілерін қайта қарау үшін бұлтты есептеу, үлкен деректер, мобильді қолданбалар және Виртуалды шындық сияқты технологияларды пайдалануды қамтиды. Бірлескен экономиканы біріктіретін және ресурстарды оңтайландыру үшін технологияны қолданатын ақылды қалалар жаһандық инновациялық орталықтарға айналуға. Туристік секторда ақылды технологиялар тұтынушылық тәжірибені өзгертеді, бұл туристік ағындарды жақсы басқаруға және бірлескен кәсіпорындардың дамуына әкеледі. Қалалар инфрақұрылымның жоғары қажеттіліктерін, ресурстардың шоғырлануын және анықталатын туристік аймақтарды пайдалана отырып, ақылды туризм бастамалары үшін бірегей мүмкіндіктерге ие. Қызығушылық пен инвестицияның артуына қарамастан, проблемалар жалғасуда және автор жан-жақты құжаттама мен сыни талдауға қажеттілік бар деп санайды. Арнайы шығарылым ақылды қалалық туризм теориясы мен тәжірибесін ілгерілету үшін теориялық

материалдарды, кейстерді және пәнаралық идеяларды ұсыну арқылы бұл олқылықты жояды [29, 58 б].

Н.Хабибтің айтуынша, "ақылды қалалар" мен "ақылды туризмнің" қиылысы соңғы онжылдықтарда тұрақты туризмді дамытуға және елдің туристік секторын дамытуға ерекше назар аудара отырып, айтарлықтай алға жылжуда. Осы тұжырымдамалардың танымалдылығына қарамастан, зерттеулерде, әсіресе ақылды туристік қалаларды түсінуде олқылықтар бар. Автордың зерттеуі бұл мәселені туристік бағыттардың өсуі мен дамуындағы ақылды қалалардың ажырамас рөлін көрсететін соңғы әдебиеттерге шолу жасау арқылы шешуге бағытталған. Автор ақылды қалаларды енгізу арқылы туризмді кеңейту мүмкіндігін зерттеген. Автордың пікірінше, нәтижелер ақылды қалалар мен ақылды туризм арасындағы тығыз байланысты көрсетеді, бұл ақылды туристік қалалардың пайда болуымен аяқталады [30, 45 б].

П.Лидің зерттеулеріне сүйенсек, цифрлық және компьютерлік революциядан туындаған ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың (АКТ) өркендеуі нарықтық жүйелердің әртүрлілікке қарай өзгеруіне әкелді. Бұл трансформация әсіресе төртінші өнеркәсіптік революциямен және Заттар интернетінің (IoT) таралуымен шарықтау шегіне жеткен смартфондардың кең таралуы мен технологиялардың конвергенциясынан туындаған акт рөлінде айқын көрінеді. Қалалар тұрақты даму үшін сенсорларды, деректерді және қосылымдарды пайдаланатын ақылды қалаларға айналу арқылы ақылды технологияларды енгізу арқылы урбанизациядан туындайтын мәселелерге жауап береді. «Ақылды» термині акт революцияларымен байытылған технологиялық, экономикалық және әлеуметтік дамуды білдіреді. Көреген қалалар тұрақтылықты, инновациялық сауданы қамтамасыз ету және өмір сүру сапасын жақсарту үшін озық технологияларды пайдаланатын жоғары технологиялық, қарқынды байланысқан қалалық аймақтар ретінде анықталған "ақылды қалаларды" жобалау мен дамытуға айтарлықтай инвестиция салады [31, 86 б]. Туристер үшін қалалық ортаны сақтай отырып, жасыл туризмнің қол жетімділігіне қосымша осы факторлардың барлығы ақылды туристік қаланы құруға көмектеседі.

Зерттеу әдістері. Мақаланың қалған бөлігіндегі келесідей әдістер арқылы жүргізілген зерттеулер қойылған мақсаттарға жету үшін аса маңызды. Бұл зерттеуде тестілеу мақсаттары мен болжамдары аясындағы сұрақтар; деректер жинау әдісін анықтау, зерттеу кеңістігі мен үлгіні анықтау, анкета нысанын қолдану, деректерді кодтау, ұйымдастыру және талдау, мәліметтерді жинау құралының сенімділігі, статистикалық талдау туралы ақпараттар қамтылған. Зерттеу нәтижелерін төмендегідей қорытындылауға болады.

Зерттеуде қолданылатын сауалнаманың мазмұны үш бөлек бөлімнен тұрады. Бірінші бөлімде Түркістан туралы демографиялық ақпарат жиналады. Екінші бөлімде 19 тармақтан тұратын өрнектер екі өлшемде де қолданылады, мұнда қала кескінінде көрсетілген негізгі кескін элементтері, ақылды қала брендингіндегі «маңыздылық» және «сәйкестік» дәрежелері көрсетілген. Маңыздылықты өлшейтін бөлімде қатысушылар «1. Абсолютті емес, 2. елеусіз, 3. маңызды емес, 4. маңызды, 5. өте маңызды» деген критерийлерді қамтиды. Оларға «1. мүлдем жеткіліксіз, 2. жеткіліксіз, 3. жеткіліксіз немесе жеткіліксіз; 4. жеткіліксіз, 5. мүлдем жеткіліксіз» сияқты жауаптар беру сұралды. Үшінші бөлімде ақылды қаланың элементтеріне қатысты шешімдері бар 12 сұрақтан тұратын Likert шкаласы қолданылды. Қатысушылардан осы мәлімдемелерге дейін «1. Мүлдем келіспеймін 2. Келіспеймін, 3. Білмеймін, 4.

Келісемін, 5. толығымен келісемін» деген жауаптар алынды.

Зерттеу үлгісін толтыру 2023 жылғы қыркүйек айында Түркістандық азаматтарға «бетпе-бет» әдісі арқылы қол жеткізілді. Алынған 50 сауалнама бағаланып, талдауға алынды.

Талқылау

Түркістан қаласы зерттелетін туристік қала ретінде қабылданып, Түркістан қаласының кескін элементтерінің рөлін анықтау мақсатында жүргізілген зерттеуде қатысушыларға ұсынылған сауалнамалардан алынған мәліметтер кодталды және SPSS (Әлеуметтік ғылымдарға арналған статистикалық пакет) 22.0 пакеттік бағдарламасының көмегімен талданды. Деректерді енгізу аяқталғаннан кейін талдауда қолданылатын статистикалық сынақтарды анықтау кезеңі басталды. Бұл кезеңде зерттеудегі деректерді талдау үшін қолданылатын статистикалық тесттер, коррелляциялық және ақылды қала имиджінің элементтері сәйкестік сезімі мен ақылды қала құндылығын қабылдау арасындағы өзара әрекеттесуді анықтау үшін регрессиялық талдау ретінде анықталды.

1 - кесте – Ақылды қаланы құру үшін өзгермелі элементтеріне қатысты нормативті тест нәтижелері

	Колмогоров-Смирнова			Шапиро-Уилк		
	Статис	n	p	Статис	n	p
1	2			3		
Түркістан – ақылды қала	,194	50	,000	,907	50	,000
Түркістанда қалалық инфрақұрылым мен жоғары құрылым жеткілікті	,233	50	,000	,898	50	,000
Түркістанның туристік инфрақұрылымы жеткілікті	,216	50	,000	,903	50	,000
Түркістан - мәдени құндылықтары бар тартымды қала	,222	50	,000	,877	50	,000
Түркістанда қызықты тарихи орындар бар	,208	50	,000	,875	50	,000
Түркістанда демалу өте қызықты	,202	50	,000	,896	50	,000
Түркістанға арналған логотип (кесене) - ең жақсы нұсқа	,204	50	,000	,878	50	,000
Түркістанда тұру өте ыңғайлы	,207	50	,000	,877	50	,000
Түркістанда тұратын адамдар тату және мейірімді	,238	50	,000	,868	50	,000

Кестенің жалғасы келесі бетте.

1	2			3		
Түркістан - университеттің маңызды орталығы	,221	50	,000	,882	50	,000
Түркістан - маңызды сауда орталығы	,218	50	,000	,859	50	,000
Түркістан - маңызды жәрмеңке және жиналыс орталығы	,212	50	,000	,898	50	,000
<i>Ескерту - жүргізілген сауалнама нәтижелері негізінде жасалған</i>						

Жоғарыдағы 1-кестені талдаған кезде, ақылды қала құру үшін өзгермелі элементтеріне қатысты барлық сұрақтар қалыпты түрде бөлінбейтіні байқалады ($p < 0.06$).

Осы мәліметтер негізінде деректерді талдауда параметрлік емес сынақтарды қолдану қажет деп есептелді, өйткені зерттеудің барлық ауыспалы шамалары қалыпты таралуды көрсетпеді.

Қатысушылардың демографиялық ерекшеліктері. Алынған сауалнама нәтижелеріне сәйкес талдау жүргізілді, зерттеуге қатысқан 50 қатысушының демографиялық сипаттамалары туралы мәліметтер кестелер мен графиктердің көмегімен төменде келтірілген. Демографиялық ақпарат аясында жауаптарды жынысына, жасына қарай бөлу талқыланды (кесте 2).

2 - кесте – Сауалнама нәтижелеріне сәйкес демографиялық ақпарат

Бөлімдер	Респонденттер саны	Үлес салмағы, %
Жас ерекшеліктер бойынша		
17 және одан төмен	-	-
18-25	18	36
26 – 35	5	10
36 – 45	13	26
46-55	10	20
56 және одан жоғары	4	8
Жынысы бойынша		
Ер	22	44,0
Әйел	28	56,0
<i>Ескерту - жүргізілген сауалнама нәтижелері негізінде жасалған</i>		

Талдау көрсеткендей, 18-25 жас тобындағы – 36%, 26-35 жас тобында - 10%, 36-45 жас тобындағы – 26% және 46-55 жас тобында – 20%, 56 және одан жоғары 8%. Қатысушылардың 44,0% - ер адамдар, ал 56,0% - әйелдер.

Нәтижелер

Түркістан қаласындағы қатысушылар арасында ақылды қала және ақылды туризм мәнін қабылдау элементтерімен байланысты ішкі өлшемді анықтау үшін факторлық талдау жүргізілді. Факторлық талдауға арналған мәліметтердің жарамдылығын тексеру үшін Кайзер-Мейер-Олкин (КМО) сынамалық сәйкестік сынағы және Бартлетт сфералық қабілеттілігі тесті қолданылды. Талдау нәтижесінде КМО мәні 0,910 және 0,50-ден жоғары екендігі анықталды, ал Бартлетт сынағының кезекке тұру ықтималдығы 0,05 деңгейінде маңызды болды, сондықтан мәліметтер жиынтығы факторлық талдау үшін қолайлы болды. Талдау негізгі компоненттер әдісі және Varimax айналдыру әдісі арқылы жүргізілді.

3 - кесте – Факторлық талдау нәтижелері

Факторлар	Нысан	Факторлық жүктемелер	
		1	2
Жалпы инфрақұрылым және орталықтандыру	Түркістанның туристік инфрақұрылымы жеткілікті.	0,78	
	Түркістанда демалу өте қызықты деп санаймын.	0,79	
	Түркістан - туристік бренд.	0,77	
	Түркістан - маңызды жәрмеңке және жиналыс орталығы.	0,74	
	Түркістан- маңызды сауда орталығы.	0,71	
	Түркістанда қалалық инфрақұрылым мен жоғары құрылым жеткілікті.	0,65	
	Түркістанда тұратын адамдар тату және мейірімді.		
Қалалық тартымдылық	Түркістанның қызықты тарихи орындары бар.		0,83
	Түркістанға арналған логотип - ең жақсы нұсқа.		0,79
	Түркістан - университеттің маңызды орталығы.		0,72
	Түркістан - мәдени құндылықтары бар қала тартымды қала.		0,68
	Түркістандағы орналастыру орындары ыңғайлы.		0,59
	Мәндер	4,276	3,280
	Дисперсия	36,636	27,330
Жалпы түсіндірілген дисперсия		68,966	
Ескертулер: (i) Varimax айналуының негізгі компоненттерін талдау (ii) КМО = 0.910, Бартлетт сынағы = 1080,227; p = 0.00 (P <0.001)			

Жоғарыда келтірілген 3-кестені талдағанда, факторлық талдау нәтижесінде сауалнамаға 12 пікірден тұратын Түркістан қаласындағы ақылды қала және ақылды туризм элементтерінің масштабы қатысады.

Оны респонденттер екі кіші өлшем бойынша анықтады. Көлемдер сәйкесінше жалпы инфрақұрылым және орталықтылық (7 элемент) және қала көрнектілігі (5 элемент) деп аталады. Жалпы түсіндірілген ауытқушылық 68,966% деп анықталды. Осы түсіндірілген

ауытқуға байланысты өлшемдердің қосындылары бөлек қарастырылған кезде; Жалпы инфрақұрылым мен орталықтандыруға 35,636% және қаланың көріктілігі үшін 27,33%.

Ақылды туристік қала және оның проблемалары экономикалық және әлеуметтік белсенділіктің маңызды құрамдас бөлігі, өйткені ол жұмысқа орналасуға және бизнес жүргізуге мүмкіндік береді [32, 58 б]. Туристік қызметке туристік индустрияның негізі болып табылатын ақпараттық-коммуникациялық технологиялар үлкен әсер етеді, өйткені ақпараттың қол жетімділігі саяхат туралы шешім қабылдауға байланысты. Ақпарат көптеген туристік секторларға, соның ішінде туристік компанияларға, қонақүйлерге және авиацияға түсті. Өз азаматтары үшін неғұрлым интеллектуалды және тұрақты туристік қалалар салу үшін үкіметтер ақпараттық-коммуникациялық технологияларды үлгілі түрде қолдануы керек. Тұрақты туризмнің ақылды қаласы-бұл қала тұрғындары мен туристердің өмір сүру сапасын, қалалық операциялар мен қызметтердің тиімділігін және экономика, әлеуметтік, экологиялық және мәдени тұрғыдан қазіргі және болашақ ұрпақтың қажеттіліктерін қанағаттандыру арқылы бәсекеге қабілеттілікті жақсарту үшін ақпараттық-коммуникациялық технологияларды қолданатын инновациялық қала аспектілері.

БҰҰ-ның 2018 жылғы мәліметтеріне сәйкес, 2050 жылға қарай әрбір үш адамның екеуі қалаларда тұрады. Сондықтан қалаларда халық санының өсуіне қарсы тұру үшін қалаларда ақылға қонымды және тұрақты жоспарлау болуы керек.

Ақылды туристік қалаға қол жеткізу үшін төрт негізгі көзге негізделген жалпы экономикалық өсумен байланысты қала үшін туризмге инвестицияларды қамтамасыз ету және дамыту қажет: табиғи ресурстар, адами ресурстар, зияткерлік капитал және институционалды фактор. Осы ресурстардың өсуін арттыру арқылы бұл экономиканың өсуіне оң әсер етеді. Осы мақсатқа жету үшін туризмге инвестиция тартудың және заманауи құралдарды қолдана отырып және қауіпсіз деңгейде туристерге қызмет көрсетудің негізі болу үшін туристік орындарға қол жетімді болуы керек. Туристік нұсқаулықтан басқа, туристер баратын орындар үшін веб-сайттар мен электрондық қосымшалар қолданылады. Туризм индустриясы "ақылды қалаларды" салудың маңызды және тиімді факторы болып табылады. Сондықтан ол "ақылды қала" стратегиясында маңызды рөл атқарады. Демек, интеллектуалды туризм Туристік ақпаратты интернет құралдары арқылы қажетті уақытта және жерде алуға мүмкіндік беретін өзгерістерге қол жеткізу үшін туризм, экономика, оқиғалар және туристердің қатысуы сияқты туристік ақпарат туралы білім мен хабардарлықты қажет етеді.

Қорытынды

Қорыта айтқанда, "ақылды қала" мен "ақылды туризм" құрылысына және арасындағы байланысқа шолу жасалды. Сонымен қатар, біз ақылды туристік қаланы салудағы ең маңызды кедергілер мен міндеттерді талдадық. Әдебиеттерге шолу нәтижесінде жасалған ең маңызды тұжырымдар мен ұсыныстарды келесідей қорытындылауға болады:

- Қалаларды "ақылды қалаларға" айналдыру бірнеше негізгі элементтерге негізделген, атап айтқанда: "ақылды көлік", "ақылды адамдар", "ақылды өмір", "ақылды экономика", "ақылды орта", "ақылды Үкімет", "ақылды қызметтер" және "ақылды инфрақұрылым". Мұндағылар туризм мәдени және ойын-сауық нысандарын, қауіпсіздікті, көрікті жерлерді, тұрғын үй сапасын, денсаулық жағдайларын және білім беру мекемелерін қамтитын ақылды өмірдің бөлігі болып табылады.

- Ақылды туристік қалалардың дамуы негізінен жасанды интеллект технологияларының, заттар интернетінің және интеллектуалды желілердің үздіксіз дамуымен қамтамасыз етіледі.

- Білім беру, энергетика, көлік және басқалар сияқты қоғамға қажет секторларға назар аудару "ақылды қалаларға" айналу процесін жеңілдетеді.

- "Ақылды" туристік бағыттарды құруға әкелетін тұрақты жоспарларды әзірлеу.

- Ақылды туристік қала-бұл туристік қала мен "Ақылды қала" арасындағы байланыстың нәтижесі.

Түркістан қаласы үшін тиімді брендті қалыптастыратын, ерекшелендіретін элементтер анықталды:

- көне қаласының ғасырлық тарихы

- туристік орындардың сапасы

- өмір салт-дәстүрлері

- ерекше мәдениетімен байланысты.

Қалалық брендтің табысы жоғары:

- ақылды қалалық брендинг қаланың имиджін, маңыздылығын, өзіндік ерекшелігін және маңызды экономикалық құндылығын қамтамасыз етеді;

- ақылды қалалық брендинг көптеген қалалар үшін бәсекелестіктің бір түрі ретінде қарастырылады. Көпқырлы қала болу үшін ол осы бағыттағы инвестицияларын көбейтеді. Ол сонымен қатар халықаралық жәрмеңкелер мен ұйымдарды өткізуге тырысады.

Ақпараттық-коммуникациялық технологияларды үкіметтер әлеуметтік, мәдени және экономикалық аспектілердің қажеттіліктерін қанағаттандыра отырып, өмір сүру сапасын жақсарту және қалалық қызметтердің тиімділігін арттыру мақсатында осы қалаларға баратын азаматтар мен туристер үшін "ақылды" және тұрақты туристік қалаларды құру үшін пайдалана алады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Buhalis D., Leung R. Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem //International Journal of Hospitality Management. – 2018. – Т. 71. – С. 41-50.

2. Masik G., Sagan I., Scott J. W. Smart City strategies and new urban development policies in the Polish context //Cities. – 2021. – Т. 108. – С. 102970.

3. Li Y. et al. The concept of smart tourism in the context of tourism information services //Tourism management. – 2017. – Т. 58. – С. 293-300.

4. Gretzel U. et al. Smart tourism: foundations and developments //Electronic markets. – 2015. – Т. 25. – С. 179-188.

5. Pasquinelli C., Trunfio M. Reframing urban overtourism through the Smart-City Lens //Cities. – 2020. – Т. 102. – С. 102729.

6. Shafiee S. et al. Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review //Tourism Management Perspectives. – 2019. – Т. 31. – С. 287-300.

7. Zhang C. Design and application of fog computing and Internet of Things service platform for smart city //Future Generation Computer Systems. – 2020. – Т. 112. – С. 630-640.

8. Tripathy A. K. et al. iTour: The future of smart tourism: An IoT framework for the independent mobility of tourists in smart cities //IEEE consumer electronics magazine. – 2018. – Т. 7. – №. 3. – С. 32-37.

9. Kim B. et al. A value of civic voices for smart city: A big data analysis of civic queries posed by Seoul citizens //Cities. – 2021. – Т. 108. – С. 102941.

10. Abbasi-Moud Z., Vahdat-Nejad H., Mansoor W. Detecting tourist's preferences by sentiment analysis in smart cities //2019 IEEE Global Conference on Internet of Things (GCIoT). –

IEEE, 2019. – С. 1-4.

11. Sigalat-Signes E. et al. Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing? //Journal of Innovation & Knowledge. – 2020. – Т. 5. – №. 2. – С. 96-104.

12. Dameri R., Benevolo C., Garelli R. Smart city strategies for sustainable tourism: Definitions and taxonomy //3rd International Conference on Tourism Research, ICTR. – 2020. – С. 27-28.

13. Bekmanova G. et al. Emotional speech recognition method based on word transcription //Sensors. – 2022. – Т. 22. – №. 5. – С. 1937.

14. Huertas A., Moreno A., Pascual J. Place branding for smart cities and smart tourism destinations: do they communicate their smartness? //Sustainability. – 2021. – Т. 13. – №. 19. – С. 10953.

15. Aragonez T., Alves G. C., Blanco-González A. Strategic management of city brands and its influence in smart cities //Sustainable Smart Cities: Creating Spaces for Technological, Social and Business Development. – 2017. – С. 79-88.

16. Shen S., Sotiriadis M., Zhang Y. The influence of smart technologies on customer journey in tourist attractions within the smart tourism management framework //Sustainability. – 2020. – Т. 12. – №. 10. – С. 4157.

17. Khan M. S. et al. Smart city and smart tourism: A case of Dubai //Sustainability. – 2017. – Т. 9. – №. 12. – С. 2279.

18. Nam K. et al. Blockchain technology for smart city and smart tourism: latest trends and challenges //Asia Pacific Journal of Tourism Research. – 2021. – Т. 26. – №. 4. – С. 454-468.

19. Карпова Г. А., Валева Е. О. Проблемы и перспективы развития туризма в условиях пандемии //Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2021. – №. 1 (127). – С. 97-104.

20. Gretzel U., Koo C. Smart tourism cities: a duality of place where technology supports the convergence of touristic and residential experiences //Asia Pacific Journal of Tourism Research. – 2021. – Т. 26. – №. 4. – С. 352-364.

21. Herscovici A., Dahan G., Cohen G. Smart cities and tourism: The case of Tel Aviv-Yafo //Sustainability. – 2022. – Т. 14. – №. 17. – С. 10968.

22. Romão J. et al. The smart city as a common place for tourists and residents: A structural analysis of the determinants of urban attractiveness //Cities. – 2018. – Т. 78. – С. 67-75.

23. Buhalis D., O'Connor P., Leung R. Smart hospitality: from smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations //International Journal of Contemporary Hospitality Management. – 2023. – Т. 35. – №. 1. – С. 369-393.

24. Della Corte V. et al. Smart cities and destination management: Impacts and opportunities for tourism competitiveness //European Journal of Tourism Research. – 2017. – Т. 17. – С. 7-27.

25. Tripathy A. K. et al. iTour: The future of smart tourism: An IoT framework for the independent mobility of tourists in smart cities //IEEE consumer electronics magazine. – 2018. – Т. 7. – №. 3. – С. 32-37.

26. Селютина Л. Г. Формирование и развитие городской среды на основе реализации технологий «Умного города» //Информационные технологии в экономике и управлении. – 2020. – С. 129-132.

27. Buhalis D., Amaranggana A. Smart tourism destinations //Information and communication technologies in tourism 2014: Proceedings of the international conference in Dublin, Ireland, January 21-24, 2014. – Springer International Publishing, 2013. – C. 553-564.
28. La Rocca R. A. The role of tourism in planning the smart city //TeMA-Journal of Land Use, Mobility and Environment. – 2014. – T. 7. – №. 3. – C. 269-284.
29. Gretzel U., Zhong L., Koo C. Application of smart tourism to cities //International Journal of Tourism Cities. – 2016. – T. 2. – №. 2.
30. Habeeb N. J., Weli S. T. Relationship of smart cities and smart tourism: an overview //HighTech and Innovation Journal. – 2020. – T. 1. – №. 4. – C. 194-202.
31. Lee P., Hunter W. C., Chung N. Smart tourism city: Developments and transformations //Sustainability. – 2020. – T. 12. – №. 10. – C. 3958.
32. Kontogianni A., Alepis E. Smart tourism: State of the art and literature review for the last six years //Array. – 2020. – T. 6. – C. 100020.

REFERENCES:

1. 1. Buhalis D., Leung R. Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem //International Journal of Hospitality Management. – 2018. – T. 71. – S. 41-50.
2. Masik G., Sagan I., Scott J. W. Smart City strategies and new urban development policies in the Polish context //Cities. – 2021. – T. 108. – S. 102970.
3. Li Y. et al. The concept of smart tourism in the context of tourism information services //Tourism management. – 2017. – T. 58. – S. 293-300.
4. Gretzel U. et al. Smart tourism: foundations and developments //Electronic markets. – 2015. – T. 25. – S. 179-188.
5. Pasquinelli C., Trunfio M. Reframing urban overtourism through the Smart-City Lens //Cities. – 2020. – T. 102. – S. 102729.
6. Shafiee S. et al. Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review //Tourism Management Perspectives. – 2019. – T. 31. – S. 287-300.
7. Zhang C. Design and application of fog computing and Internet of Things service platform for smart city //Future Generation Computer Systems. – 2020. – T. 112. – S. 630-640.
8. Tripathy A. K. et al. iTour: The future of smart tourism: An IoT framework for the independent mobility of tourists in smart cities //IEEE consumer electronics magazine. – 2018. – T. 7. – №. 3. – S. 32-37.
9. Kim B. et al. A value of civic voices for smart city: A big data analysis of civic queries posed by Seoul citizens //Cities. – 2021. – T. 108. – S. 102941.
10. Abbasi-Moud Z., Vahdat-Nejad H., Mansoor W. Detecting tourist's preferences by sentiment analysis in smart cities //2019 IEEE Global Conference on Internet of Things (GCIoT). – IEEE, 2019. – S. 1-4.
11. Sigalat-Signes E. et al. Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing? //Journal of Innovation & Knowledge. – 2020. – T. 5. – №. 2. – S. 96-104.
12. Dameri R., Benevolo C., Garelli R. Smart city strategies for sustainable tourism: Definitions and taxonomy //3rd International Conference on Tourism Research, ICTR. – 2020. – S. 27-28.
13. Bekmanova G. et al. Emotional speech recognition method based on word transcription

//Sensors. – 2022. – T. 22. – №. 5. – S. 1937.

14. Huertas A., Moreno A., Pascual J. Place branding for smart cities and smart tourism destinations: do they communicate their smartness? //Sustainability. – 2021. – T. 13. – №. 19. – S. 10953.

15. Aragonéz T., Alves G. C., Blanco-González A. Strategic management of city brands and its influence in smart cities //Sustainable Smart Cities: Creating Spaces for Technological, Social and Business Development. – 2017. – S. 79-88.

16. Shen S., Sotiriadis M., Zhang Y. The influence of smart technologies on customer journey in tourist attractions within the smart tourism management framework //Sustainability. – 2020. – T. 12. – №. 10. – S. 4157.

17. Khan M. S. et al. Smart city and smart tourism: A case of Dubai //Sustainability. – 2017. – T. 9. – №. 12. – S. 2279.

18. Nam K. et al. Blockchain technology for smart city and smart tourism: latest trends and challenges //Asia Pacific Journal of Tourism Research. – 2021. – T. 26. – №. 4. – S. 454-468.

19. Karpova G. A., Valeeva E. O. Problemy i perspektivy razvitiya turizma v usloviyah pandemii [Problems and prospects of tourism development in the context of a pandemic] //Ízvestia Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta. – 2021. – №. 1 (127). – S. 97-104.

20. Gretzel U., Koo C. Smart tourism cities: a duality of place where technology supports the convergence of touristic and residential experiences //Asia Pacific Journal of Tourism Research. – 2021. – T. 26. – №. 4. – S. 352-364.

21. Herscovici A., Dahan G., Cohen G. Smart cities and tourism: The case of Tel Aviv-Yafo //Sustainability. – 2022. – T. 14. – №. 17. – S. 10968.

22. Romão J. et al. The smart city as a common place for tourists and residents: A structural analysis of the determinants of urban attractiveness //Cities. – 2018. – T. 78. – S. 67-75.

23. Buhalis D., O'Connor P., Leung R. Smart hospitality: from smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations //International Journal of Contemporary Hospitality Management. – 2023. – T. 35. – №. 1. – S. 369-393.

24. Della Corte V. et al. Smart cities and destination management: Impacts and opportunities for tourism competitiveness //European Journal of Tourism Research. – 2017. – T. 17. – S. 7-27.

25. Tripathy A. K. et al. iTour: The future of smart tourism: An IoT framework for the independent mobility of tourists in smart cities //IEEE consumer electronics magazine. – 2018. – T. 7. – №. 3. – S. 32-37.

26. Selütina L. G. Formirovanie i razvitie gorodskoi sredy na osnove realizatsii tehnologii «Umnogo Goroda» [Formation and Development of the Urban Environment Based on the Implementation of Smart City Technologies] //Ínformatsionnye tehnologii v ekonomike i upravlenii. – 2020. – S. 129-132.

27. Buhalis D., Amaranggana A. Smart tourism destinations //Information and communication technologies in tourism 2014: Proceedings of the international conference in Dublin, Ireland, January 21-24, 2014. – Springer International Publishing, 2013. – S. 553-564.

28. La Rocca R. A. The role of tourism in planning the smart city //TeMA-Journal of Land Use, Mobility and Environment. – 2014. – T. 7. – №. 3. – S. 269-284.

29. Gretzel U., Zhong L., Koo C. Application of smart tourism to cities //International Journal of Tourism Cities. – 2016. – T. 2. – №. 2.

30. Habeeb N. J., Weli S. T. Relationship of smart cities and smart tourism: an overview

//HighTech and Innovation Journal. – 2020. – Т. 1. – №. 4. – S. 194-202.

31. Lee P., Hunter W. C., Chung N. Smart tourism city: Developments and transformations //Sustainability. – 2020. – Т. 12. – №. 10. – S. 3958.

32. Kontogianni A., Alepis E. Smart tourism: State of the art and literature review for the last six years //Array. – 2020. – Т. 6. – S. 100020.

<p>Н. Т. БАТЫРОВА Профессор Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан), E-mail: batyrova.nazgul@iuth.edu.kz</p>	<p>С. А. НАХИПБЕКОВА PhD, Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан), E-mail: nahypbekova.symbat@iuth.edu.kz</p>
<p>А. А. КУЛБАЕВА Магистр, Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан), E-mail: aigerim.kulbayeva@iuth.edu.kz</p>	<p>С. Б. ДАНЫШБАЕВ Қожа Ахмет Ясауи атындағы халықаралық қазақ - түрік университетінің магистранты, (Қазақстан, Түркістан), E-mail: serik.danyshbaev@gmail.com</p>

02.10.23 ж. баспаға түсті.

26.11.23 ж. түзетулерімен түсті.

29.12.23 ж. басып шығаруға қабылданды.

**N.T. BATYROVA¹, S.A. NAKHIPBEKOVA^{1*}, A.A. KULBAYEVA¹,
S.B. DANYSHYBAEV²**

¹International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: nahypbekova.symbat@iuth.edu.kz

²Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh - Turkish university,
(Kazakhstan, Turkistan)

THE IMPORTANCE OF A SMART CITY IN ACHIEVING A SUSTAINABLE TOURISM SECTOR

Abstract. *The terms "smart city" and "smart tourism" are now very popular and have become a topical issue. The purpose of the study is to review the latest literature on "smart cities" and "smart tourism" and analyze their role in achieving a sustainable tourism sector, increasing the competitiveness of the tourism sector in a modern way. In addition, to determine the ways of growth and development of tourism in the city through the creation and use of "smart cities". As a result of this study, it was determined that although there is a close connection between "smart city" and "smart tourism", "Smart city" plays a crucial role in the growth and development of tourist destinations. A smart city is the result of interconnections of tourist complexes. In the article, there are proposals to use the principles of "smart tourist cities" in the city of Turkestan. By using the principles of a smart tourist city, the way to form the brand of the city of Turkestan will be opened. The article uses statistical and survey methods. The answers to the survey were entered into the SPSS 22 program, and the normative test results and factor analysis were made regarding the variable elements for creating a smart city.*

Key words: *smart city, smart tourism, smart economy, information and communication technologies*

**Н. Т. БАТЫРОВА¹, С. А. НАХИПБЕКОВА^{1*}, А. А. КУЛБАЕВА¹,
С. Б. ДАНЫШБАЕВ²**

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail: nahypbekova.symbat@iuth.edu.kz

²Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмеда Ясави,
(Казахстан, Туркестан)

ВАЖНОСТЬ «УМНОГО ГОРОДА» В ФОРМИРОВАНИИ УСТОЙЧИВОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА

***Аннотация.** Термины «умный город» и «умный туризм» сейчас очень популярны и стали актуальным вопросом. Цель исследования – рассмотреть новейшую литературу по «умным городам» и «умному туризму» и проанализировать их роль в достижении устойчивого туристического сектора, повышении конкурентоспособности туристического сектора современным способом. Кроме того, определить пути роста и развития туризма в городе за счет создания и использования «умных городов». В результате данного исследования было определено, что хотя между «умным городом» и «умным туризмом» существует тесная связь, «умный город» играет решающую роль в росте и развитии туристических направлений. Умный город – результат взаимосвязи туристических комплексов. В статье представлены предложения по использованию принципов «умных туристических городов» в городе Туркестан. Используя принципы умного туристического города, откроется путь к формированию бренда города Туркестан. В статье использованы статистические и опросные методы. Ответы на опрос были внесены в программу SPSS 22, а также проведены нормативные результаты испытаний и факторный анализ переменных элементов создания умного города.*

***Ключевые слова:** умный город, умный туризм, умная экономика, информационные и коммуникационные технологии*

M.M. AKESHOVA¹, A.I. SEIDIGALI^{1*}

¹International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: aqnet.seidigali@iuth.edu.kz

PECULIARITIES OF ASTRO – TOURISM

Abstract. *Dark sky tourism or astro-tourism is a journey of tourists in order to obtain astronomical knowledge and outdoor activities. The article will give a definition of astro-tourism, components of astro-tourism, the main aspects of astro-tourism and how to use them and the article will talk about the place of astro-tourism in the Republic of Kazakhstan and offer prospects for its development. This article deals with the essence, components, aspects and peculiarities of dark sky tourism, stargazers and dark sky tourism as an existing type of tourism, history and economic impact of dark sky tourism. Also, it points out a guide for a night sky and celestial objects as indicators of the road for tourists, some features of International dark sky locations and perspectives of dark sky tourism in Kazakhstan.*

Keywords: *dark sky tourism, astro-tourism, astronomy, tourism, celestial bodies, space objects, traveling*

Introduction

In the modern world, tourism acts as an effective process of mass accessibility of scientific, cultural and natural values, a way of understanding the heritage of human civilization. In the 21st century, the interdependence of science, education, culture and tourism is increasing. Cognitive and scientific tourism contributes to the intellectual development of an individual and society as a whole.

Dark sky tourism or astro-tourism is a journey of tourists in order to obtain astronomical knowledge and outdoor activities. Nowadays, it is impossible to observe the starry sky in cities due to the pollution of the climate and the abundance of city lights (light pollution), that's why astronomy fanatics deliberately look for places that are too dark. It is not possible to see the stars from the window unless you have a single house on a mountain or island far from city lights.

The purpose of this research is to give a deeper look at the phenomenon of astro-tourism, consider the necessary conditions under which this tourism becomes possible and compare these conditions with the conditions of the Republic of Kazakhstan.

Astro-tourism is unusual type of tourism. The night sky has always fascinated everyone. It is delightful: billions of stars like diamonds, the Moon, planets, comets, meteors, the Milky Way, polar lights. The stars inspired scientists to discoveries, wayfarers to travel. This type of tourism has become popular in the last few years and being a new trend for those who want to combine education and recreation [1].

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Akeshova M. M., Seidigali A. I. Peculiarities of Astro – Tourism // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 48–56. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.04>

***Cite us correctly:** Akeshova M. M., Seidigali A. I. Peculiarities of Astro – Tourism // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 48–56. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.04>

According to statistics, the number of people in the world who have not seen the Milky Way or the dark sky is increasing, the reason for this is "light pollution" or artificial lighting, which is increasing day by day. In the city, in cloudless weather, the stars are not visible even with a professional telescope. That is why astro-tourism is a new direction.

Light pollution causes great damage to observatories. Excess light obscures the faint light of smaller objects, making astronomical observations difficult. However, in addition to visible sky glare, there is an even more annoying problem caused by external light sources. This is clearly seen in the spectrograms that astronomers use to study the chemical composition, temperature, and velocity of matter. Lamps, especially mercury lamps, produce very bright bands in all parts of the optical spectrum from infrared to ultraviolet. The brightness of these bands is much higher than the brightness of the bands of astronomical objects, and this light cannot be filtered out.

Astronomers founded the International Dark Sky Association (IDA) in 1988 as a non-profit organization. The organization has compiled a list of places suitable for stargazing, and updates this list every year. The main goal of the organization is to combat excessive illumination and pollution in the sky. The IDA organizes forums for amateur astronomers [2].

To draw attention to the problem of light pollution, Globe at Night has created a special map where users mark the measured brightness of the night sky using applications installed on mobile devices. The International Dark Sky Association (IDA) has created a map of Dark Sky Program locations to conserve and protect areas of dark night.

Atmospheric and meteorological conditions are very important for tourists and organizers of astro-tourism. Variable natural factors play a large role in astronomical observations. The following conditions must be taken into account here [3]:

- visibility, index - measures the degree of blurring of astronomical objects such as stars due to turbulence in the earth's atmosphere and flicker caused by air. Visibility is usually poor if there are large fluctuations in temperature in the atmosphere.

- transparency, when light passes through the atmosphere, it scattered and absorbed by gases and other particles. The transparency value determines how much light is lost.

- cloudiness

- chance of precipitation

- the phase of the moon.

Planetarium is a scientific and educational institution in which the celestial sphere with stars, planets and satellites, comets and meteors is shown; also, solar and lunar eclipses, panoramas of the Moon, Mars, Venus. Usually, the demonstration is accompanied by lectures on astronomy, astronautics and earth sciences. The utilitarian value of planetariums is to help in astronomical education and in the popularization of space research. With the manufacture of new audio-visual devices, the possibilities of planetariums have expanded [4].

The first and so far, the only stationary planetarium in Kazakhstan was opened in Aktobe in 1967. The highlight of the Aktobe planetarium is the device, with the help of which guides reproduce on the dome of one of the halls a complete model of the starry sky, visible from the surface of the Earth. About 7,000 transparencies and slides are stored in the organization's funds, which depict real astronomical phenomena. Since 2008, the Aktobe planetarium has been a member of the Euro-Asian Commonwealth of Planetariums.

Observatory, a specialized scientific institution equipped for astronomical, physical, meteorological, etc. research. The emergence of astronomical observatories dates back to ancient times and is associated with the practical needs of mankind in ways of calculating time, orientation

on land and at sea. The remains of ancient structures for astronomical purposes are found on the territory of the CIS countries (Armenia, Uzbekistan), the Middle East (Babylon), Mexico, Peru, Great Britain and other places. As we see in this graphical element, astro-tourism has two main directions (figure 1):

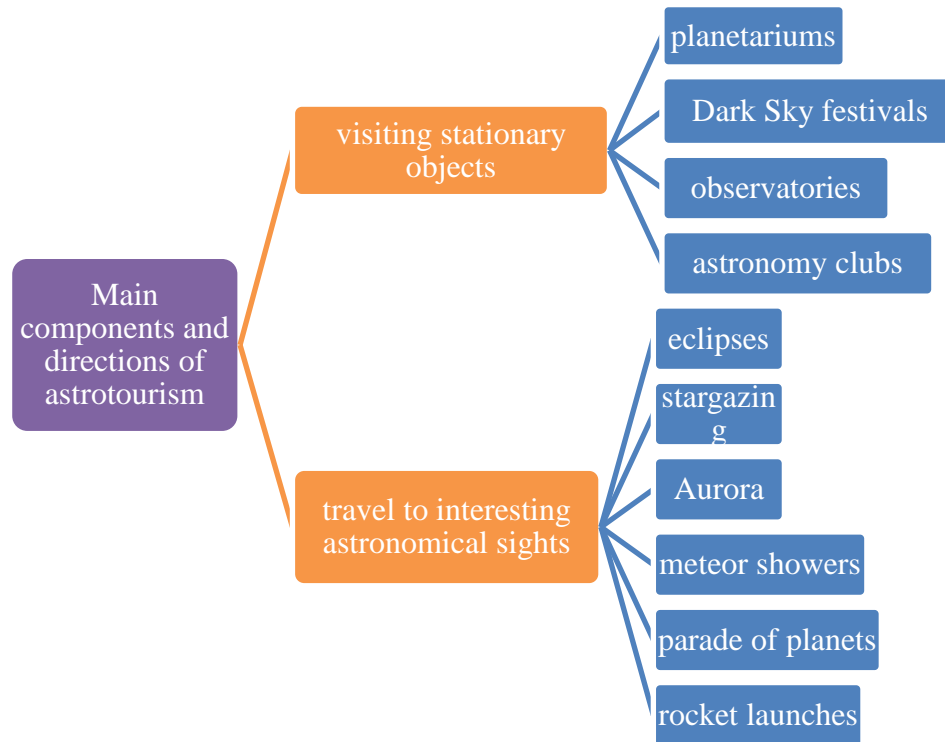


Figure 1 – The main components and directions of astro-tourism

Astronomical observatories of the modern type began to appear in Europe at the beginning of the 17th century. After the invention of the spotting scope, which Galileo turned into a telescope. After the construction of a number of observatories by astronomers Tycho Brahe, J. Hevelius, V. Herschel, and others, state observatories began to be created, primarily for the development of methods for marine astronavigation. Such are the Paris (1667), Greenwich (1675) and other observatories. Currently, there are more than 500 observatories in the world, most of them in the northern hemisphere of the Earth. Usually, they are installed outside the cities and often in the mountains, at high altitudes above sea level [5].

Currently, Kazakhstan is not a leading country in terms of astronomy. However, there are many places in mountainous regions with clear skies that are perfect for stargazing. Our Astrophysical Institute named after V.G. Fesenkov has 3 observation bases, that is, there are currently the main 3 observatories in Kazakhstan.

The Tien-Shan Astronomical Observatory is located near Almaty in the Northern Tien-Shan Mountains at an altitude of about 3000 m and is one of the highest observatories in the world above sea level. Opened in 1957, it was for many years known as the Sternberg State Astronomical Institute. By contacting the institution's administration in advance, you can also book a hotel room, a tour of the mountain and, of course, stargazing.

Asy-Turgen observatory was built on a flat land on a ridge 2700 meters above sea level at the confluence of Asy and Turgen rivers in Ile Alatau. It is located 100 km south-east of Almaty. A 1-meter mirror diameter reflector is installed in the inner center of the dome tower made in Germany. It studies the Moon, large and small planets and meteorites in the Lunar System, artificial

celestial bodies, the structure and dynamics of galaxies, the interstellar medium, bright and dark diffuse nebulae, and associated stars and other objects.

"Kamenskoe plateau" observatory is one of the three observatories in Almaty. In addition, it is the oldest, the decision to build it was made in 1941. In 1945, the project of the observatory building was prepared, and its construction was completed 4 years later. As planned, the facility was an exact copy of the Pulkovo Observatory in Moscow, only slightly more modest in size.

One of the special aspects of astro-tourism is observing the flight of a rocket from the surface of the earth. In general, this direction of astro-tourism has great prospects in the territory of Kazakhstan, because one of the largest cosmodromes in the world known to us, Baikonur, is located on Kazakh land. However, Baikonur is currently leased to the Russian Federation, but it does not prevent organizing a tour to Baikonur to watch rockets fly.

An interesting direction for astro-tourism is meteor showers. The Earth experiences meteor showers at about the same time every year. More than a hundred such showers have been recorded at the Meteor Data Center, but there are strong and weak ones among them. Meteor showers can be observed at any time of the year. Among them, it is worth highlighting meteor showers: Quadrantids (January), Lyrids (April), Aquarids.(May), Perseids (August), Orionids (October), Leonids(November), Gemini and Ursids (December).Summer is the best time to watch meteor showers due to cloudless weather, and August is the most convenient month for stargazing, the Perseid meteor shower falls on the new moon phase, when you can see up to 100 meteors per hour (table 1).

Table 1 – Major meteor showers

Meteor shower names	Active periods	Active days	A nearby bright star
Quadrantids	January 1-4	January 3	ι Dragonis
Lyrids	April 19-24	April 22	α Lyrae
Aquarids of May	May 1-8	May 3	α Aquarii
Cassiopeides	July 17-August 15	July 28	β and γ Cassiopeiae
Delta Aquarids	July 15-August 18	July 27	δ Aquarii
Perseids	July 25-August 17	August 13	α Persei
Draconids	October 8-10	October 9	β and γ Dragonis
Orionids	October 18-26	October 21	γ Geminorum
Leonidas	November 14-20	November 18	γ Leonis
Geminids	December 7-15	December 14	α Geminorum
Ursids	December 17-24	December 22	β and γ Ursae Majoris

Solar and lunar eclipses are among the most important events for humanity. The ancients gave the solar eclipse a sacred meaning, considering it a harbinger of trouble or change. Of course, now progress has advanced much further and we know that this is a cosmic phenomenon, but even in our culture and imagination it is still something mysterious and beautiful. There are 2 to 5 solar and 2 to 4 lunar eclipses on Earth every year, however, the viewing areas can vary, and this is a great reason for astronomy lovers to travel to see a 2-3-second event [6].

One of the phenomena that people always admire is the Aurora Borealis. It has several names, it is usually called the Northern Lights. The reason for this phenomenon, which occurs in the magnetic belts of the Earth, is the high-energy charged particles coming from space. (electrons

and protons) interaction with atoms and molecules (at an altitude of 90 — 1000 km). However, we cannot observe the Aurora Borealis from anywhere in the world, where the sky is clear, as we observe the stars. The northern lights can be observed in regions and countries such as Russia, Finland, Norway, Sweden, USA (Alaska), Svalbard. Since the northern regions are far from us not everyone can afford this astro-tourism route. It is more difficult to organize a tour to the northern regions to see the Aurora Borealis than to organize other tours.

During astrotours, tourists can engage in the following activities [7]:

1. Visual observations including learning

- pointing the telescope at the object (manually and using the Go To system);
- orientation in the sky;
- use of astronomical maps, atlases, calendars;
- techniques for observing the moon, planets, stars and nebulae.

2. Astronomical photography, i.e. use the camera for astronomical photography, take pictures through filters, add and process photographs.

3. Scientific observations of known asteroids, comets, planets, stars with the possible discovery of new celestial bodies.

Astro-tourism is considered to be a tourism destination that brings a lot of income to the economy. A simple example is that some reputable travel companies carefully monitor astronomical events and organize trips to those regions of the world where some astronomical event is expected. It can be said that the total solar eclipse in Shanghai, China attracted more than 200,000 tourists, and in Australia, 70,000 people bought 30-minute stargazing tours. And due to a misinterpretation of the Aztec calendar, trips to greet the "end of the world" attributed to December 2012 have inspired more than 500,000 people to travel. Some went to the place indicated on the calendar, while others went to Southeast Asia to be the first to meet this terrible day [8].

TravelQuest, one of the world's most famous astrotravel companies, also develops programs and itineraries with popular science magazine Sky & Telescope. Travelers are accompanied by professional astronomers as guides. The agency developed and successfully implemented a travel program to the North Pole, where tourists could see the solar eclipse that occurred on August 1, 2008. A chartered plane tracked the shadow of the moon for several hours - it is impossible to observe an eclipse from Earth for such a long time. Despite the high cost of the tour, tickets were sold out almost a year before the event. Business class airfare sold for \$13,380 for economy class, which ranged from \$4,440 to \$8,880.

Currently, the countries where astro-tourism is developed can be counted on a finger. But this does not mean that people were not interested in observing celestial bodies before this type of tourism appeared. Astro-tourism is just forming its history, but the history of astronomy in Kazakhstan is deep. It is known to us that the Kazakh people were a nomadic people, and our wise people used to observe and know the time and weather from the celestial bodies in the distant times away from technology and civilization.

The Kazakhs, whose life is closely connected with the horse, imagined the North Star as an iron stake driven into the navel of the sky, and the rest of the stars as horses with ropes around their necks. This is how the Kazakh people connect these two constellations, which the Greeks called Ursa Minor and Ursa Major, with a legend.

There are many amateur astronomers and ordinary tourists who want to get acquainted with this interesting type of vacation go to observatories of many countries. The public, the press, and tourist companies are interested in the possibilities and availability of this type of tourism. Taking

into account the growing interest in this field of human activity, Forbes has selected the seven best observatories open to the public in different parts of the world.

Rock de los Muchachos is one of the most important modern scientific observatories. 2400 meters high on the island of La Palme (Canary Islands). For those interested in astronomy as a science, not just stargazing, Roque de los Muchachos is a must-see. Since the Canary Islands are one of the three best places on the planet for astronomical observations, in addition to Roque de los Muchachos, the archipelago has a large Teide Observatory, which is equal to that of Tenerife, and private hobby complexes. Some travel agencies even offer special astrotours to the Canary Islands, placing their clients at the most convenient points for independent observation of the islands and organizing group excursions to Roque de los Muchachos and Teide.

The observatory near the Lithuanian city of Moletai began its work in 1969. The place was chosen for it on the two hundred meter hill of Kaldiniai. A few years ago, an ethnocosmological museum appeared near the Moletai observatory. Its building is made of glass and metal and looks like a spaceship where the museum has landed against the local forest landscape. Space artifacts, fragments of meteorites and many other interesting relics can be seen there. Night sky observations are organized in the museum: the telescope is installed on a 45-meter tower in a special dome. But daytime observations are available both at the museum and at the observatory. Moletai is located 60 kilometers north of Vilnius.

San Pedro Valley in Benson, Arizona, USA is not just a private observatory, but a whole astronomy center for enthusiasts. They are ready to arrange stargazing for the charm of a private observatory 24 hours a day and at any time of the year, when there are no strict conditions for visiting. The owners have devised many educational and entertainment programs for their customers. But the most important entertainment in the San Pedro Valley is astrophotography, which is accessible to everyone. The cost of the program starts at \$130. The observatory in Givatayim is the oldest and most important in Israel. It was built on top of the hill in 1967, and today the staff of the institution conducts continuous educational activities at various levels - from programs for students studying astronomy to clubs for children.

According to the site lightpollutionmap.info, the territories of the whole of Kazakhstan, except for cities, are the least affected by light pollution (Table 2, Figure 2) [9].

Table 2 – The statistics of light pollution in Kazakhstan last few years

Year	Pixel count	Sum	Rad. / 1000 pop.	Mean
1	2	3	4	5
2012	19,057,669	737,745	39.8	0.0581
2013	19,057,669	748,560	40.4	0.0589
2014	19,057,669	793,178	42.8	0.0624
2015	19,057,669	680,447	36.8	0.0536
2016	19,057,669	612,623	33.1	0.0482
2017	19,057,669	676,657	36.5	0.0533
2018	19,057,669	600,627	32.4	0.0473
2019	19,057,669	630,352	34.0	0.0496
2020	19,057,669	576,974	31.2	0.0454
2021	19,057,669	696,929	37.6	0.0549

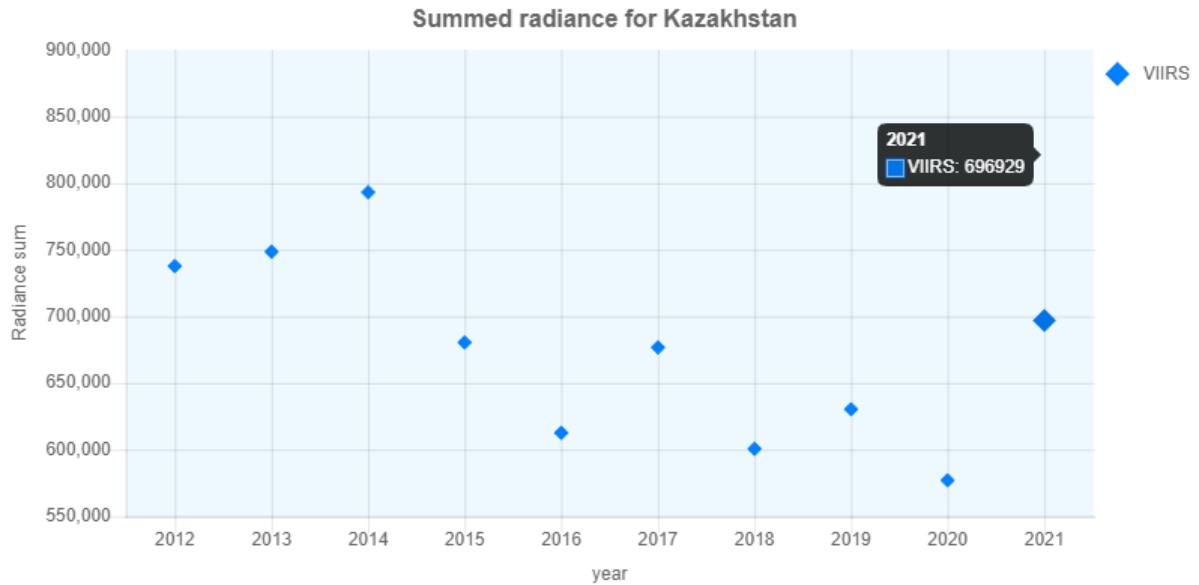


Figure 2 – VIIRS Country statistics in Kazakhstan

The sharply continental climate of Kazakhstan, low air humidity creates good conditions for the transparency of the atmosphere, this is especially noticeable in the summer period, which is characterized by the largest number of clear days. In addition, in the summer months, the lowest wind speed is observed in zones like semi-desert, desert, which has a positive effect on visibility, as light pollution is at a minimum in these regions. All this together creates favorable conditions for astronomical observations and the development of astro-tourism in general in our region.

Currently, there are several observatories and glamping sites in the territory of Kazakhstan. However, most of them are located only in the city of Almaty and its mountainous regions. In the territory of Kazakhstan, the central, eastern and western regions are well protected from light pollution. And it gives us great opportunities to develop dark sky tourism in our country.

Rural settlements in the region of the Turkestan region are also suitable for the construction of glamping sites. According to the site the climate of the Turkestan region is very suitable for glamping, and also, compared to other regions, the Turkestan region is known for its hot weather, which means that the sky completely open and it also gives tourists a great chance to hike and not worry about cold weather [10].

Nowadays, tourism has become an important economic activity. Many cities and even states have become strongly, even significantly dependent on tourism. The cost of astro-tourism is minimal; its very idea involves traveling to remote, untouched places, because all that is needed is a sky with a low level of light pollution, which is always available to us. Another advantage of this type of tourism is that it helps to preserve the original appearance of nature. Unfortunately, the number of places providing such an opportunity is becoming less and less. The countryside in this case looks the most favorable. Moreover, astro-tourism can have a positive impact on the local economy and infrastructure development, especially in remote communities suffering from a lack of sustainable development alternatives.

Summing up, we can say that astro-tourism as a direction of scientific and educational tourism has a great future and reliably gathers its audience. Within the framework of international tours, attention should be paid to increasing the opportunities for expanding the geography of Kazakhstani destinations, it is necessary to start organizing astro-tours within the country.

BIBLIOGRAPHY

1. Орлов В. А., Немчинова А. Л. Астротуризм как современная форма экотуризма: мировой и отечественный опыт //Гуманитарные. естественно-научные и технические аспекты современности. – 2021. – С. 640-643.
2. Дагаев М.М. Наблюдение звездного неба. - М: Наука, 2015. - 179 с.
3. Назарова В. П., Земляк В. Л. Глэмпинг парк для астротуризма //Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема. – 2020. – №. 3 (40). – С. 52-65.
4. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. Пособие для студ.высш.учеб.заведений . - М: Издательский центр «Академия», 2007. - 208 с.
5. Сазыкин А. М., Глушко А. А. К вопросу о понятии «туристская достопримечательность» //Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017. – Т. 11. – №. 2. – С. 7-16.
6. Пономарев Д.Н. Астрономические обсерватории Советского Союза. - М.: Наука, 2007. – 287с.
7. Бабкин А.В. Специальные виды туризма учебное пособие – М.: Наука, 2008. – 150с.
8. Биржаков М. Б. и др. Индустрия туризма: перевозки //СПб.: Герда. – 2001. – С. 25.

REFERENCES

1. Orlov V. A., Nemchinova A. L. Astroiturizm kak sovremennaia forma ekoturizma: mirovoi i otechestvennyi opyt [Astrotourism as a modern form of ecotourism: world and domestic experience] //Gumanitarnye. estestvenno-nauchnye i tehicheskie aspekty sovremennosti. – 2021. – S. 640-643.
2. Dagaev M.M. Nablüdenie zvezdnogo neba.[Starry sky observation] - M: Nauka, 2015. - 179 s.
3. Nazarova V. P., Zemläk V. L. Glemping park dlä astroturizma [Camping park for astrotourism] //Vestnik Priamurskogo gosudarstvennogo universiteta im. Şolom-Aleihema. – 2020. – №. 3 (40). – S. 52-65.
4. Novikov V.S. İnnovasiı v turizme[Innovations in tourism]: ucheb. Posobie dlä stud.vyšş.uceb.zavedeni . - M: İzdatelski sentr «Akademia», 2007. - 208 s.
5. Sazykin A. M., Gluşko A. A. K voprosu o ponätii «turistskaia dostoprimechatelnost» [On the issue of the concept of "tourist attraction"] //Sovremennye problemy servisa i turizma. – 2017. – T. 11. – №. 2. – S. 7-16.
6. Ponomarev D.N. Astronomicheskie observatorii Sovetskogo Soiuz. [Astronomical observatories of the Soviet Union.] - M.: Nauka, 2007. – 287c.
7. Babkin A.V. Spesiälnye vidy turizma uchebnoe posobie [Special types of tourism study guide] – M.: Nauka, 2008. – 150c.
8. Birjakov M. B. i dr. İndustria turizma: perevozki [Tourism industry: transportation] //SPb.: Gerda. – 2001. – S. 25.

M.M. AKESHOVA

PhD, acting Associated professor
International University of Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkestan)
E-mail: m.akeshova@iuth.edu.kz

A.I. SEIDIGALI

Student of International University of
Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkestan), E-mail:
aqniet.seidigali@iuth.edu.kz

М.М. АКЕШОВА¹, А.И. СЕЙДИГАЛИ^{1*}

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), Email: aqniyet.seidigali@iuth.edu.kz

АСТРОТУРИЗМНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Аңдатпа. Қараңғы аспан туризмі немесе астротуризм – туристердің астрономиялық білім алу және белсенді демалыс мақсатындағы саяхаты. Мақалада астротуризмнің анықтамасы, астротуризмнің құрамдас бөліктері, оларды қолданудың негізгі аспектілері мен әдістері берілген, сонымен қатар Қазақстан Республикасындағы астротуризмнің рөлі мен орны анықталып, оның даму перспективалары ұсынылған. Бұл мақаланың авторлары қараңғы аспан туризмінің мәнін, ерекшеліктерін және жұлдызды аспанды саяхат кезінде навигациялық бағыт алудың негізгі объектісі ретінде қарастырылады. Қараңғы аспан туризмінің тарихы мен экономикалық мәнін қарастырып, халықаралық астротуризм дамыған елдер және олардың дамыту әдістері қарастырылды.

Кілт сөздер: қараңғы аспан туризмі, астротуризм, астрономия, туризм, аспан денелері, ғарыш объектілері, саяхат.

М.М. АКЕШОВА¹, А.И. СЕЙДИГАЛИ^{1*}

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail: aqniyet.seidigali@iuth.edu.kz

ОСОБЕННОСТИ АСТРОТУРИЗМА

Аннотация. Туризм темного неба или астротуризм - это путешествие туристов с целью получения астрономических знаний и активного отдыха. В статье приводится определение астротуризма, составляющие компоненты астротуризма, основные аспекты и способы их использования, а также раскрывается роль и место астротуризма в Республике Казахстан и предлагаются перспективы его развития. Авторами данной статьи рассматривается сущность, характеристика и особенности туризма темного неба, звездочетов как одного из главных черт ориентации во время путешествия, история и экономическое значение туризма темного неба. Кроме того раскрывается роль гида по ночному небу и небесным объектам как одним из указателей пути для туристов, некоторые особенности международных локаций темного неба и перспективы астротуризма в Республике Казахстан.

Ключевые слова: туризм темного неба, астротуризм, астрономия, небесные светила, путешествие.

S.KH. BEKBAULINA¹, D.O. ATASHEVA^{2*}, A.T. DUISEMBAYEVA¹

¹Taraz regional university named after M. H. Dulati

(Kazakhstan, Taraz)

²International University of Tourism and hospitality

(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: datasheva07@mail.ru

THE CURRENT STATE OF THE KAZAKHSTAN TOURIST MARKET

Abstract. For many developed and developing countries, the tourism sector is the main source of employment, government revenue and foreign exchange earnings. The most important parameters of tourism development in the country are indicators of inbound and outbound tourism. Before the pandemic, both at the republican and regional levels, a lot of work was carried out to attract foreign tourists to Kazakhstan, measures were taken in the field of image policy and popularization of tourist destinations of the country. But many Kazakhstanis prefer to rest abroad, rather than in the resort areas of their homeland. The interrelation of the tourist attractiveness of the country with the category of tourist potential, factors of tourist attractiveness are considered. Tourist attractiveness is based on the tourism potential of the country, contributes to the growth of its competitiveness, the transformation of tourist supply into demand, is associated with various types of its assessment and is the result of its previous development. republic. Tourism activity is influenced by many factors of an economic, political, social, natural and technical nature, including: terrorism, the process of ensuring the safety of tourists, man-made disasters; uneven distribution of tourist flows; political instability in some regions of the world; prolonged global recession; volatility of exchange rates; priority of national rather than international norms in tourism, etc. The negative factors hindering the development of inbound tourism in the country have been identified, recommendations for eliminating existing problems have been proposed. The considered resources and tourist opportunities of Kazakhstan lead to the expediency of forming a modern tourist product. The development of a new tourist product in Kazakhstan would be competitive in the world market of tourist services and would help attract foreign tourists to Kazakhstan. The ways of development of domestic tourism in Kazakhstan, the creation of a competitive tourism industry, including the development of infrastructure and improving the quality of services provided, are proposed.

Keywords: tourism, pandemic, economy, budget, visitors, visit objectives.

Introduction

The formation of the tourism industry based on the development of large-scale tourism business and the rational use of recreational potential is directly related to the implementation of the Strategy

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Bekbaulina S. Kh., Atasheva D. O., Duisembayeva A. T. The Current State of the Kazakhstan Tourist Market // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 57–66. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.05>

***Cite us correctly:** Bekbaulina S. Kh., Atasheva D. O., Duisembayeva A. T. The Current State of the Kazakhstan Tourist Market // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 57–66. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.05>

"Kazakhstan - 2050". 2017 was a turning point for the development of tourism in Kazakhstan. On behalf of the Head of State, the Committee of Industry and Tourism was formed, which is integrated into the Ministry of Culture and Sports. On May 31, 2019, the State Program for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2019-2025 was approved."

The formulation of the problem

The industry faces a strategic task to increase the share of tourism in GDP to 8% by 2025. As well as an increase in employment in the industry to 660 thousand people by 2025. Growth is expected to be achieved due to three main drivers: investment in tourism, domestic and foreign tourists' expenses. In order to implement the strategic goal of the Program to achieve an 8% share of tourism in the GDP structure in 2025, the three above-mentioned drivers should have an average annual growth rate of 7-8%.

Economic growth, social and technological progress contribute to the development of globalization processes in tourism. They contribute to increasing the scale of business trips, raising public awareness of tourist routes, increasing demand for educational and recreational trips, facilitating border crossing procedures, etc. The peculiarity of the globalization process is that it includes almost all tourist farms around the world, resulting in increased interaction and interdependence of countries. This leads to the integration of not only individual enterprises, but also tourist and economic systems of various countries of the world [1].

Radical changes in the global hotel industry and restaurant business have become a consequence of changes in the field of accommodation services due to the development of innovative technologies for providing hotel and restaurant services, increasing the level of technical equipment of hotels and restaurants, the formation of large hotels and their chains – all this has led to the restructuring of the hotel and restaurant service industry into the modern hospitality industry [2].

The tourism industry contributes to the development of the entire infrastructure of society - economy, culture, social sphere, as well as communications. About 10% of the world's total product, 30% of world exports of services, 7% of world investments, 10% of jobs and 5% of all tax revenues are in the tourism sector. The costs that are aimed at promoting a tourist product are one of the main costs in the formation of tourism. Thus, according to the WTO, the costs of promoting and establishing a national tourist product on average account for about half of the budget of countries with developed tourist infrastructure. For example, Thailand spends about \$ 90 million annually on tourism development, Turkey more than \$ 100 million.

In tourism, as in any other sector of the economy, employment is a determining factor, on the one hand, as an essential condition for the production of public goods, on the other hand, as an essential condition for solving a number of social problems. Employment in the tourism industry is characterized by a number of features [3].

Experts have calculated that on average; in order to get an income equal to a visit to the country by one tourist, it is necessary to export about 10 tons of coal. At the same time, it should be noted that the export of raw materials from the Republic depletes non-renewable reserves, while the tourism sector does not require large raw material costs. This fact confirms the priority of tourism development as an industry.

Description of the main methods

To write the article, scientific publications, analytical works of foreign and domestic authors, including from the Internet, regulatory legal acts of authorities at various levels, state programs of the Republic of Kazakhstan were studied. The analysis was carried out on the basis of data from the Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of

Kazakhstan on the selected topic. The priorities of the development of the tourism industry in the economy of Kazakhstan are highlighted. The methods of analytical, comparative analysis and logical generalization are applied.

The results of the study

The most important parameters of tourism development in the country are indicators of inbound and outbound tourism. So, in 2019-2020, the number of visitors for outbound tourism amounted to more than 10.7 million people, and for inbound tourism - only 8.5 million people. In 2021, the number of visitors to outbound tourism decreased by about 4 times compared to 2020, and the reason for this is strict quarantine restrictions up to a complete lockdown (Table 1). Thus, we can understand that the demand for outbound tourism is still greater than for inbound tourism. Before the pandemic, both at the republican and regional levels, a lot of work was carried out to attract foreign tourists to Kazakhstan, measures were taken in the field of image policy and popularization of tourist destinations of the country.

Table 1 – Number of visitors by type of tourism

№	Indicators	2019 year	2020 year	2021 year
1	The number of visitors-residents of the Republic of Kazakhstan who have traveled abroad	10 646 241	10 707 270	2 865 004
2	The number of non-resident visitors who entered the Republic of Kazakhstan	8 789 314	8 514 989	2 034 753

Source: *www.stat.gov.kz* (with reference to the Border Service of the National Security Committee of the Republic of Kazakhstan).

According to the results of a sample survey of incoming visitors in October 2022 conducted by the Bureau of National Statistics, the majority of foreigners who came (40%) were Russians. 19% of the guests came from Uzbekistan, 19% from Kyrgyzstan, 8% from Turkey, 2% from Ukraine (Figure 1).

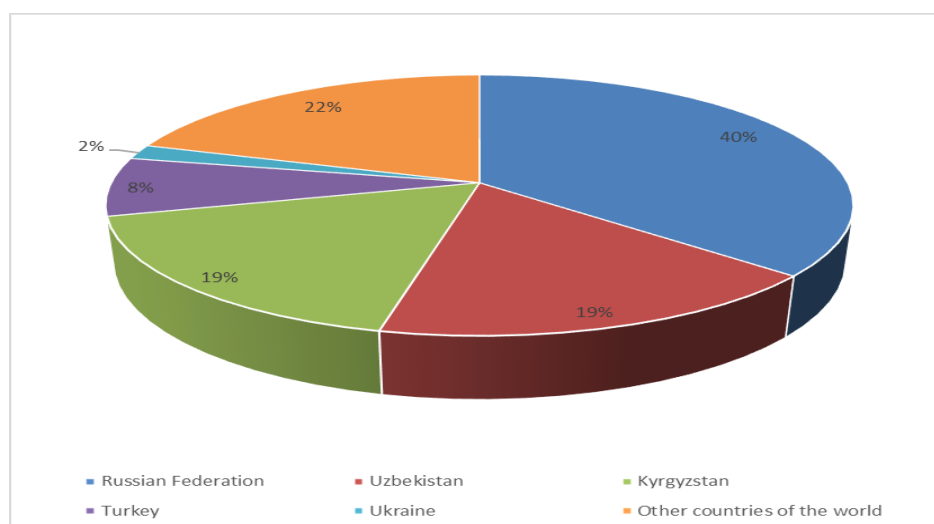


Figure 1 – Distribution of incoming visitors by country

Among the most frequently mentioned reasons for the visit are personal goals (79% of responses). The remaining 21% of visitors indicated that they came to Kazakhstan for business or

professional purposes. More than half of the foreigners surveyed (51%) reported that they stayed with relatives or acquaintances and did not pay rent, 23% of respondents lived in a hotel, 22% rented an apartment or a house.

The main activities of tourists were visiting attractions (31% of respondents reported this), family celebrations, weddings, birthdays (19%), cultural and sports events (11%) [4].

The number of incoming tourists in 2021 amounted to only 2034,753 people, which is 76% lower than in 2020. According to the analytical data obtained from state resources, Kazakhstan is popular among the CIS countries than among the Baltic states or Europe, which is not surprising, given its geographical location. Turkey and Germany became a striking exception, which are ahead of many European and even CIS countries in terms of tourists arriving in Kazakhstan.

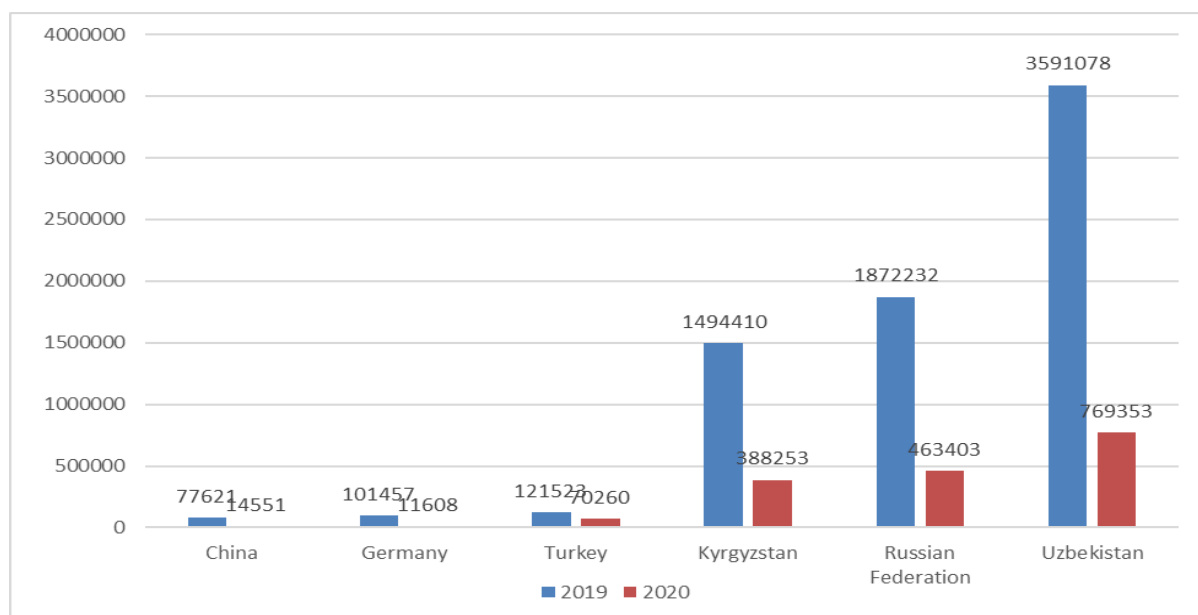


Figure 2 – Number of visitors by inbound tourism by country, people

The number of tourists leaving in 2021 amounted to only 2865,004 people, which is more than 73% lower than in 2020. Of these, 1062,133 people for business and professional travel purposes, 1802871 people for personal purposes, of which 124656 people for tourism, 1676274 people for private trips, 1941 people for transit [5].

According to the data, people most often leave Kazakhstan for Russia, Kyrgyzstan is the second most popular tourist destination, followed by Uzbekistan [6].

Why many Kazakhstanis prefer to rest abroad, and not in the resort areas of their homeland. When making such a decision, outbound tourists from Kazakhstan take into account, first of all, the high level of service that they are provided in other countries. One of the reasons to rest abroad is also called the more attractive cost of foreign travel trips [7].

Table 2 – The number of visitors for inbound and outbound tourism by goals for 2021

Purposes of travel	Inbound tourism	Outbound tourism
1	2	3
Total including:	2 034 753	2 865 004
business and professional	743 187	1 062 133
personal of them:	1 291 566	1 802 871

1	2	3
tourism	15 942	124 656
private	1 134 928	1 676 274
transit	140 696	1 941

Source: Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic

Tourism activity is influenced by many factors of an economic, political, social, natural and technical nature, including: terrorism, the process of ensuring the safety of tourists, man-made disasters; uneven distribution of tourist flows; political instability in some regions of the world; prolonged global recession; volatility of exchange rates; priority of national rather than international norms in tourism, etc. [8].

The tourism industry is one of those industries that was among the first to be hit by a new coronavirus infection. By the end of the first quarter of 2020, the COVID-19 pandemic abruptly halted international travel and had a significant impact on the tourism industry. In an unfavorable epidemiological situation, the development of the tourism business was under serious threat. According to experts, only in the first months of the pandemic, demand for all outbound destinations decreased by 20-25%, and after the closure of borders by many states, it fell to almost zero.

The impact of the pandemic, although it affected external tourism, had a positive impact on the growth of domestic tourism. Domestic tourism, which was predicted to rise during the pandemic, really became interesting to the average resident of the Republic of Kazakhstan. There was an increase in demand and supply for holidays in resorts within the country. Despite the pandemic year, positive dynamics in domestic tourism has been recorded, a lot of work has been done to attract private investment, etc. [9]. People from all over Kazakhstan went to Alakol, Bukhtarma, and Katon-Karagai, joining active tourism among others [9].

Table 3 – Number of visitors served by domestic tourism thousand people

	2019 year	2020 year	2021 year
Total of them	5 864,7	6 657,5	4 463,4
are places of accommodation	4 695,9	5 286,8	3 328,6
by sanatorium-resort organizations	296,9	312,1	218,9
with specially protected natural territories	871,9	1 058,6	915,9

Source: Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan.

In 2021, the number of visitors served for domestic tourism in Kazakhstan decreased by about 33% compared to the previous year, while for external tourism the decrease was 73%. The largest volume of decrease in the indicator is accounted for by the share of visitors served at the places of accommodation – 37%; those served by sanatorium-resort organizations – 30%; the number of visitors to specially protected natural areas – about 14%.

In 2021, the most visited region of Kazakhstan was Akmola region, which received about 12.5% of domestic tourists; Nur-Sultan city – about 11%; Almaty city – 9.6%; Almaty region – 8.9% and Aktobe city – 7.5% of the total number of domestic tourists (Figure 3).

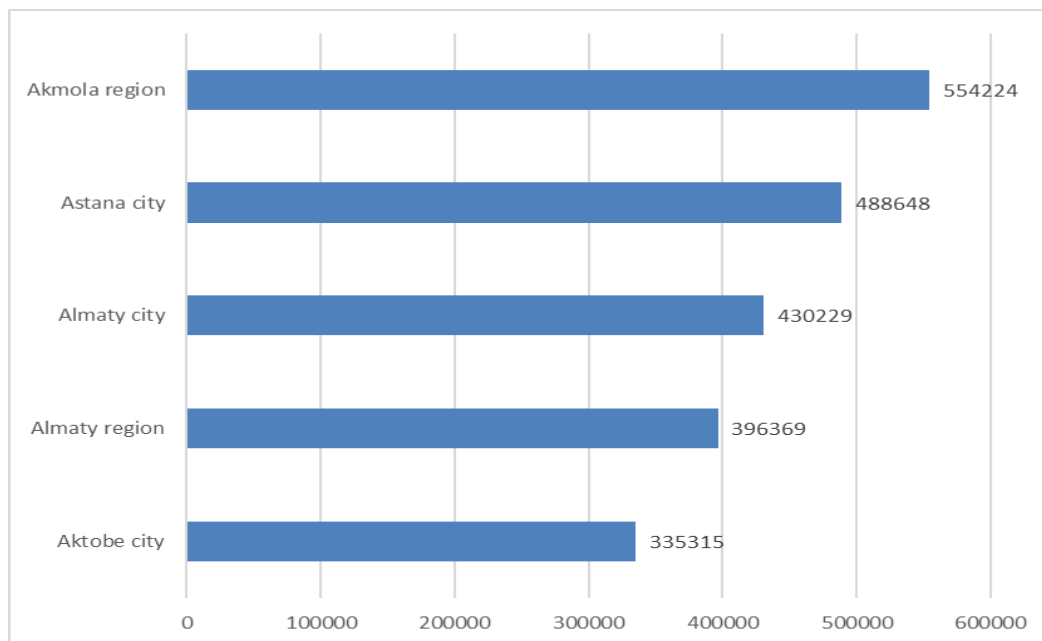


Figure 3 – The number of incoming and internal visitors served by region for 2021, people

The most visited resort area of Kazakhstan in the period under review, there was Shchuchye-Burabay, which received more than 11% of all domestic tourists vacationing in the resort areas; the Mangystau resort area – 9.7% and the Turkestan tourist district – 8.7% (Figure 4).

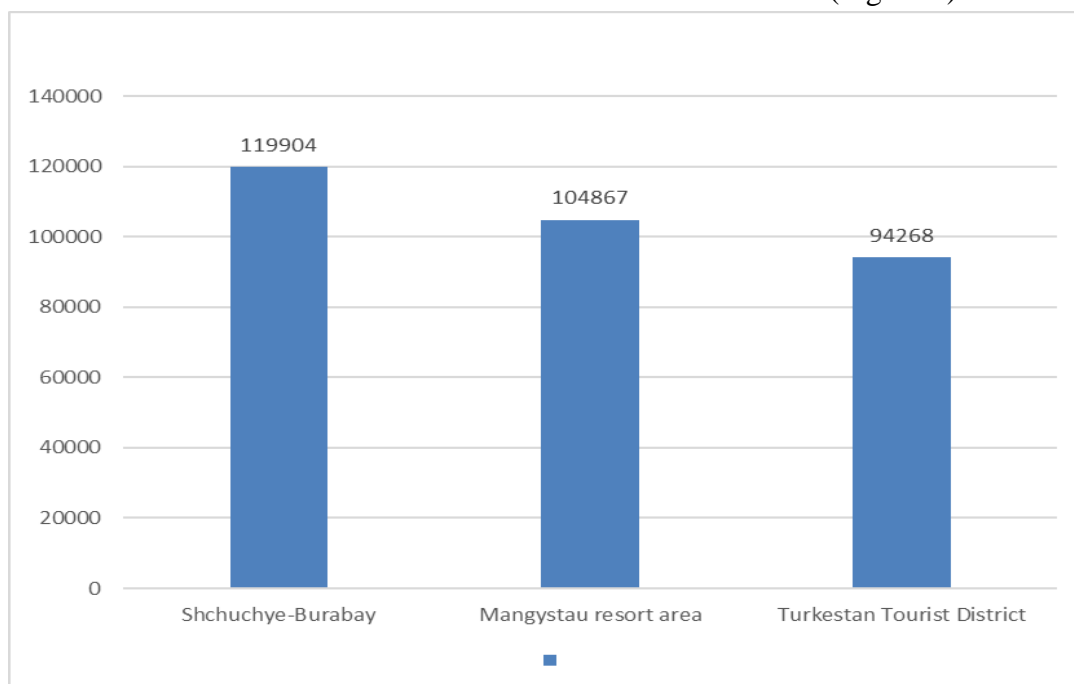


Figure 4 – Number of domestic tourists served by resort areas in 2021 people

The coronavirus pandemic in early 2021 had a great impact on the state and further development of almost all spheres of the world economy, including tourism. However, any crisis leads not only to negative consequences, but also to the active capture of new opportunities, overcoming the challenges of this serious test for the entire tourist market. Among these opportunities and

challenges are the acceleration of the digitalization of tourist services, the more active introduction of modern technologies (for example, big data, artificial intelligence, mixed and augmented reality, etc.), the use of ideas of the economy of impressions, the actualization of an individual approach to the client, as well as the environmental aspect of the tourist product, the expansion of the geography of tourist routes, etc. In addition, the importance of such a factor as travel safety (including the sanitary and epidemiological situation of the place of stay) is expected to increase. Tourists will prefer private tours in small groups at domestic resorts. It is obvious that after the pandemic, the perception of the world and the psychology of consumption in general should change greatly, in addition, a new stage of competition in tourism will begin, which will lead to a completely new distribution of resources in this market. [9].

Conclusions

For many developed and developing countries, the tourism sector is the main source of employment, government revenue and foreign exchange earnings. Despite the pandemic year, positive dynamics in the development of domestic tourism has been recorded in Kazakhstan. The objectives of the development of domestic tourism in Kazakhstan is to create a competitive tourism industry, including the development of infrastructure and improving the quality of services provided.

BIBLIOGRAPHY

1. Кицис В. М., Матюшкина Д. С. Тенденции развития международных туристских услуг // Научное обозрение. Международный научно-практический журнал. – 2020. – №. 2. – С. 10.
2. Аймен А.Т., Баташева Д.О. Туризм как отрасль подъема экономики в постковидный период // Молодежь-науке - XII. Актуальные проблемы туризма, гостеприимства, общественного питания и технического сервиса. - Сочи: Сочинский государственный университет, 2021. - С. 153-158.
3. Aymen A.T., Atasheva D.O., Aimenov M.Zh. Analysis of employment in tourism // Bulletin of the Kazakhstan National Academy of Natural Sciences. - 2019. - №3. - С. 48-55.
4. Что не хватает Казахстану для развития туризма? // kursiv.media URL: <https://kz.kursiv.media/opinions/chto-ne-khvataet-kazakhstanu-dlya-razvitiya-turizma/> (дата обращения: 9 ИЮЛЯ 2018).
5. Villacé-Molinero T. et al. Understanding the new post-COVID-19 risk scenario: Outlooks and challenges for a new era of tourism // Tourism Management. – 2021. – Т. 86. – С. 104324.
6. Alexandrova A.Yu. International tourism. Textbook. - М: Aspect Press, 2002. - 407 с.
7. Козлова Е. В., Солод Т. В., Завьялов А. А. Международный туризм в условиях кризиса мировой экономики: тенденции и проблемы развития // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2019. – №. 4. – С. 7-12.
8. Аюшиева Л. К. Занятость населения в туристической отрасли // Вестник Бурятского государственного университета. Философия. – 2015. – №. 2-2. – С. 132-134.

REFERENCES

1. Kisis V. M., Matuşkina D. S. Tendensii razvitiya mejdunarodnyh turistskih uslug] Trends in the development of international tourism services [// Nauchnoe obozrenie. Mejdunarodnyi nauchno-prakticheski jurnal. – 2020. – №. 2. – S. 10.
2. Aimen A.T., Bataşeva D.O. Turizm kak otrasl podema ekonomiki v postkovidnyi period [Tourism as a branch of economic recovery in the post-crisis period]// Molodej-nauke - XII. Aktuälnye problemy turizma, gostepriimstva, obşestvennogo pitania i tehničeskogo servisa. -

Sochi: Sochinski gosudarstvennyi universitet, 2021. - S. 153-158.

3. Aymen A.T., Atasheva D.O., Aimenov M.Zh. Analysis of employment in tourism // Bulletin of the Kazakhstan National Academy of Natural Sciences. - 2019. - №3. - S. 48-55.

4. Chto ne hvataet Kazahstanu dlä razvitiya turizma? [What does Kazakhstan lack for tourism development?] // kursiv.media URL: <https://kz.kursiv.media/opinions/chto-ne-khvataet-kazahstanu-dlya-razvitiya-turizma/> (data obraşenia: 9 İULÄ 2018).

5. Villacé-Molinero T. et al. Understanding the new post-COVID-19 risk scenario: Outlooks and challenges for a new era of tourism //Tourism Management. – 2021. – T. 86. – S. 104324.

6. Alexandrova A.Yu. International tourism. Textbook. - M: Aspect Press, 2002. - 407 s.

7. Kozlova E. V., Solod T. V., Zavälov A. A. Mejdunarodnyi turizm v usloviah krizisa mirovoi ekonomiki: tendensii i problemy razvitiya [International tourism in the context of the global economic crisis: trends and development problems] //Nauka i obrazovanie: hozäistvo i ekonomika; predprinimatelstvo; pravo i upravlenie. – 2019. – №. 4. – S. 7-12.

8. Aiuşieva L. K. Zanätost naselenia v turisticheckoi otrasli [Занятость населения в туристической отрасли] //Vestnik Burätskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofia. – 2015. – №. 2-2. – S. 132-134.

S.KH. BEKBAULINA

Senior Lecturer of Taraz regional university named after M. H. Dulati (Kazakhstan, Taraz)
E-mail: sabira_bek.67@mail.ru

D.O. ATASHEVA

Candidate of Economic Sciences, associate professor International University of Tourism and hospitality (Kazakhstan, Turkestan), E-mail: datasheva07@mail.ru

A.T. DUISEMBAYEVA

Senior Lecturer of Taraz regional university named after M. H. Dulati (Kazakhstan, Taraz), E-mail: almira_toktanasar@mail.ru

Received 11.11.2023

Received in revised form 03.12.2023

Accepted for publication 29.12.2023

C.X. БЕКБАУЛИНА¹, Д.О. АТАШЕВА^{2*}, А.Т. ДУЙСЕМБАЕВА¹

¹Тараз өңірлік университеті аға оқытушысы
(Қазақстан, Тараз)

²Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: datasheva07@mail.ru

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ТУРИСТІК НАРЫҚТЫҢ АҒЫМДАҒЫ ЖАҒДАЙЫ

Аңдатпа. Көптеген дамыған және дамушы елдер үшін туризм секторы жұмыспен қамтудың, мемлекеттік кірістердің және валюталық түсімдердің негізгі көзі болып табылады. Елдегі туризмді дамытудың маңызды параметрлері кіру және шығу туризмінің көрсеткіштері болып табылады. Пандемияға дейін республикалық және өңірлік деңгейлерде Қазақстанға шетелдік туристерді тарту бойынша үлкен жұмыс жүргізілді, Имидждік саясат және елдің туристік бағыттарын танымал ету саласында шаралар қабылданды. Бірақ көптеген қазақстандықтар өз Отанының курорттық аймақтарында емес, шетелде демалуды жөн көреді. Елдің туристік тартымдылығының туристік әлеует санатымен байланысы, туристік тартымдылық факторлары қарастырылады. Туристік тартымдылық елдің туристік әлеуетіне негізделеді, оның бәсекеге қабілеттілігінің өсуіне, туристік ұсыныстың сұранысқа айналуына ықпал етеді, оны бағалаудың әртүрлі

түрлерімен байланысты және оның бұрынғы дамуының нәтижесі болып табылады. республика. Туристік қызметке экономикалық, саяси, қоғамдық, табиғи және техникалық сипаттағы көптеген факторлар әсер етеді, оның ішінде: терроризм, туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету процесі, техногендік апаттар; туристік ағындардың біркелкі бөлінбеуі; әлемнің кейбір аймақтарындағы саяси тұрақсыздық; ұзаққа созылған әлемдік рецессия; валюта бағамдарының құбылмалылығы; Халықаралық емес, Ұлттық нормалардың басымдығы. туризм және т. б. Елде келу туризмінің дамуына кедергі келтіретін жағымсыз факторлар анықталды, бар проблемаларды жою бойынша ұсыныстар ұсынылды. Қаралған ресурстар мен Қазақстанның туристік мүмкіндіктері заманауи туристік өнімді қалыптастырудың орындылығына алып келеді. Қазақстанда жаңа туристік өнімді әзірлеу әлемдік туристік қызметтер нарығында бәсекеге қабілетті болар еді және шетелдік туристерді Қазақстанға тартуға ықпал ететін еді. Қазақстанда ішкі туризмді дамыту, инфрақұрылымды дамытуды және көрсетілетін қызметтердің сапасын арттыруды қамтитын бәсекеге қабілетті туристік саланы құру жолдары ұсынылды.

Кілт сөздер: туризм, пандемия, экономика, бюджет, келушілер, сапар мақсаты.

С.Х. БЕКБАУЛИНА¹, Д.О. АТАШЕВА^{2*}, А.Т. ДУЙСЕМБАЕВА¹

¹Таразский региональный университет им. М. Х. Дулати
(Казахстан, Тараз)

²Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail: datasheva07@mail.ru

ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ КАЗАХСТАНСКОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА

Аннотация. Для многих развитых и развивающихся стран сектор туризма является основным источником занятости, государственных доходов и валютных поступлений. Важнейшими параметрами развития туризма в стране являются показатели въездного и выездного туризма. До пандемии как на республиканском, так и на региональном уровнях проводилась большая работа по привлечению иностранных туристов в Казахстан, принимались меры в области имиджевой политики и популяризации туристических направлений страны. Но многие казахстанцы предпочитают отдыхать за рубежом, а не в курортных зонах своей родины. Рассматриваются взаимосвязь туристской привлекательности страны с категорией туристского потенциала, факторы туристской привлекательности. Туристская привлекательность базируется на туристском потенциале страны, способствует росту ее конкурентоспособности, превращению туристского предложения в спрос, связана с различными видами его оценки и является результатом ее прежнего развития. республика. На туристскую деятельность оказывает влияние множество факторов экономического, политического, общественного, природного и технического характера, в числе которых: терроризм, процесс обеспечения безопасности туристов, техногенные катастрофы; неравномерное распределение туристских потоков; политическая нестабильность в некоторых регионах мира; затянувшаяся мировая рецессия; волатильность валютных курсов; приоритет национальных, а не международных норм в туризме и т.п. Выявлены негативные факторы, препятствующие развитию въездного туризма в стране, предложены рекомендации по устранению имеющихся проблем. Рассмотренные ресурсы и туристские возможности Казахстана приводят к

целесообразности формирования современного туристского продукта. Разработка нового туристского продукта в Казахстане была бы конкурентоспособной на мировом рынке туристских услуг и способствовала бы привлечению иностранных туристов в Казахстан. Предложены пути развития внутреннего туризма в Казахстане, создание конкурентоспособной туристской отрасли, включающей развитие инфраструктуры и повышение качества предоставляемых услуг.

Ключевые слова: туризм, пандемия, экономика, бюджет, посетители, цели визита.

G.ZH. ARIPZHAN¹, A.N. MAKHAL^{1*}

¹International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: ayaulym.makhal@iuth.edu.kz

ESSENTIAL TRAVEL TERMS AND PHRASES AND THEIR TRANSLATIONS

Abstract. *In general, learning English is essential today. This language is very in demand for the best jobs, and is even a requirement to study at some universities. However, it is also key to learn it to be able to communicate with different people from all over the world. Thus, the English for tourism is essential. First of all, for a matter of communication. The possibility of assisting travelers, if you are a professional, is a necessity that will be demanded of you at work. And since English is a Universal language, spoken by millions of people, will be very helpful in different contexts. English phrases for travel are useful to communicate in a shop or hotel, ask for directions, learn something about local attractions and monuments, or simply not to get lost at the airport in the maze of English-language information. Knowledge of the English language in today's world is really a necessity.*

Keywords: *English language acquisition, travel vocabulary, trips and excursions, cultural component, international communications.*

Introduction

Travel vocabulary is one of the most useful areas of language learning today, as more people than ever are travelling far and wide for business and pleasure. There are many useful words and phrases we use when travelling and dealing with transport. For non-native speakers, travel vocabulary is a particularly useful topic of study and always a popular subject, allowing you to enjoy organizing your travels without worrying about language issues [1, 206].

Travel has always been an inseparable part of the life of any nation, and today, in a world of virtually unlimited opportunities in the field of tourism, it is difficult to imagine a person who does not like or does not want to travel. When traveling around the world, people tend to get acquainted with the culture of the country in which they are, visiting museums, theaters, various attractions, tasting traditional food and communicating with the local population. For most tourists, a guidebook is an integral and obligatory part of their travels, and very few dare to go to another country without its "support" [2, 321]. After all, the guidebook helps you feel comfortable and confident on a trip, navigate freely in the city and have an idea of what exactly you should see.

Differences between languages due to differences in cultures are most noticeable in vocabulary and phraseology, since nominative means of language are most directly related to non-linguistic reality [3, 58]. In any language and dialect there are words that do not have a one-word

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Aripzhan G. ZH., Makhal A. N. Essential Travel Terms and Phrases and their Translations // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 67–79. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.06>

***Cite us correctly:** Aripzhan G. ZH., Makhal A. N. Essential Travel Terms and Phrases and their Translations // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 67–79. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.06>

translation in other languages. This is the so—called equivalent vocabulary, mainly designations of specific phenomena of local culture.

International communication has long been limited to the problem of language. This explains the desire to create a universal international language, the knowledge of which would allow for unhindered communication. Today, the position of the universal international language is occupied by English. English is a natural language, because of this, a new problem of international communication has appeared - none—equivalent vocabulary [4, 387].

Methods

The traditional concepts of translation adequacy and translation equivalence are ambiguous and contradictory. In translation theory and linguistics, there are various approaches to the definition of these concepts and their classification.

The adequacy of the translation is:

- a) the proximity of the assessments of the content of the texts by their addressees or compliance with the goal set for the translator;
- b) ensuring the pragmatic task at the highest possible level of equivalence, observing genre and stylistic requirements and responding to the conventional norm of translation;
- c) compliance of translation as a process with certain communicative conditions;
- d) the correspondence of the choice of language signs in the translation language to the dimension of the initial text, which is selected as the main reference point of the translation process;
- e) the ratio of the initial and final texts, in which the goal of translation is consistently taken into account;
- f) reproduction of the content and form of the original by means of another language, which is the purpose of literary translation; implementation of a translation that causes reactions in a foreign recipient that correspond to the sender's communicative orientation; such a translation in which all the author's intentions regarding a certain impact on the reader are preserved, in compliance with all the author's resources of imagery, color, rhythm and etc [5, 360].

Thus, along with the development of tourism, the relevance of the problem of the quality of translation of tourist discourse is also increasing. And although the translation of many terms for a qualified translator is not a problem, because there are many sources to which you can turn for help in finding the necessary equivalent in the translation language, there are still a number of difficulties, especially in "live" communication. Therefore, it is necessary to strictly adhere to the rules of adequacy and equivalence [6, 229].

Results. If you like to travel, you need to stock up on a universal set of words and expressions in English. At the same time, you will be understood not only in English-speaking countries: as you know, English has long been the universal language of world communication on all tourist routes [7, 214]. Without pretending to be a complete travel phrasebook, here we have collected the most necessary and useful conversational phrases designed to help in typical situations of communication in English when traveling (Table 1). Travelers are surrounded by the plane objects illustrated in Table 2.

Table 1 – English terms and phrases for tourists on the road

	English	Kazakh	Russian	Turkish
	1	2	3	4
1.	Customs	Кеден	Таможня	Gümrük
2.	Passport control	Паспорттық бақылау	Паспортный контроль	Pasaport kontrolü

	1	2	3	4
3.	Self-check-in point	Келуді тіркеу пункті	Пункт самостоятельной регистрации	Kendi kendine check-in noktası
4.	The check-in desk	Тіркеу бөлімі	Стойка регистрации	Check-in masası
5.	Immigration enquiries	Иммиграциялық бақылау	Иммиграционный контроль	Göçmenlik sorguları
6.	Departures hall	Ұшу залы	Зал вылета	Gidiş salonu
7.	Departures	Шығу	Зона вылета	Gidişler
8.	Arrivals hall	Келу залы	Зал прилета	Geliş salonu
9.	Arrivals	Келу	Зона прилета	Varma
10.	An international flight	Халықаралық рейс	Международный рейс	Uluslararası bir uçuş
11.	A domestic flight	Ішкі рейс	Внутренний рейс	İç hat uçuşu
12.	Baggage drop-off	Жүк беру бөлімі	Зона сдачи багажа	Bagaj bırakma
13.	Baggage claim Baggage reclaim	Жүк өткізу бөлімі	Зона выдачи багажа	Bagaj talebi
14.	Airline enquiries	Авиакомпаниялардың сұраулары	Справочная служба аэропорта	Havayolu sorguları
15.	A ticket	Билет	Билет	Bilet
16.	A boarding pass	Қону	Посадочный талон	Biniş
17.	Lost and found	Жоғалған зат	Бюро находок	Kayıp eşya

Table 2 – Inside the plane you are surrounded by the following objects:

	English	Kazakh	Russian	Turkish
	1	2	3	4
1.	A passenger	Жолаушы	Пассажир	Yolcu
2.	A flight attendant	Стюардесса	Бортпроводник	Hostes
3.	A window seat	Терезе жанындағы орын	Место у окна	Bir pencere koltuğu
4.	An aisle seat	Өткелдегі орын	Место у прохода	Koridor koltuğu
5.	An aisle	Өту	Проход	Koridor
6.	An overhead locker An overhead compartment	Жоғарғы шкаф	Верхний шкафчик	Bir üst dolap
7.	Carry-on luggage Hand luggage	Қол жүгі	Ручная кладь	El bagajı
8.	A life jacket	Құтқару кеудешесі	Спасательный жилет	Yelek
9.	A seat pocket	Орындықтағы қалта	Карман в кресле	Bir koltuk cebi
10.	An announcement	Хабарландыру	Объявление	Duyurma
11.	An emergency exit	Төтенше жағдайдан шығу	Аварийный выход	Acil çıkış

	1	2	3	4
12.	Safety instructions	Қауіпсіздік нұсқаулары	Инструкции по технике безопасности	Güvenlik talimatları
13.	A tray	Науа	Поднос	Tepsi
14.	A lavatory	Дәретхана	Уборная	Tuvalet
15.	Meal	Тағам	Еда	Ekmek

After entering the hotel, travellers need to go to the reception and find out about the accommodation (Table 3).

Table 3 – English terms and phrases for tourists at the hotel

	English	Kazakh	Russian	Turkish
	1	2	3	4
1.	Hello, can I reserve a room, please?	Сәлеметсіз бе, мен бөлмеге тапсырыс бере аламын ба?	Здравствуйте, могу я забронировать номер, пожалуйста?	Merhaba, bir oda ayırabilir miyim lütfen?
2.	I'm leaving in 5 days.	Мен 5 күннен кейін кетемін.	Я уезжаю через 5 дней.	5 Gün içinde gidiyorum.
3.	What types of rooms are available?	Нөмірлердің қандай түрлері бар?	Какие типы номеров доступны?	Ne tür odalar mevcuttur?
4.	Can I book a room?	Бөлмені брондауға бола ма?	Могу ли я забронировать номер?	Bir oda ayırabilir miyim?
5.	I would like to book A single room A double room A triple room A twin-bedded room A suite A presidential suite	Мен тапсырыс бергім келеді Бір орындық нөмір 1 кереуеті бар екі орынды бөлме Үш орындық нөмір Екі кереуеті бар бөлме Люкс Президенттік люкс	Я хотел бы забронировать •Одноместный номер •Двухместный номер с 1 кроватью •Трехместный номер •Номер с двумя односпальными кроватями •Люкс •Президентский люкс	Rezervasyon yaptırmak istiyorum Tek kişilik oda Çift kişilik oda Üç kişilik oda İki yataklı oda Süit Başkanlık süiti
6.	How much is for the room including breakfast?	Таңғы ас нөмірі қанша тұрады?	Сколько стоит номер с завтраком?	Kahvaltı dahil oda ücreti ne kadar?

	1	2	3	4
7.	Does the room have A shower? A bath? The Internet accesses? A TV? A balcony? A telephone? A coffee-pot? A tea-pot? Air conditioning? A mini-bar? A refrigerator? A hairdryer?	Бөлмеде бар ма Душ қабылдайсыз ба? Шомылу керек пе? Интернетке кіру? Теледидар? Балкон? Телефон? Кофе ыдысы? Шай шәйнегі? Кондиционер? Шағын бар? Тоңазытқыш? Шаш кептіргіш?	Есть ли в комнате • Принять душ? • Принять ванну? • Доступ в Интернет? • Телевизор? • Балкон? • Телефон? • Кофейник? • Чайник для чая? • Кондиционирован ие воздуха? • Мини-бар? • Холодильник? • Фен?	Odada var mı Duş mu? Banyo mu? İnternet erişimi? Televizyon mu? Balkon mu? Telefon mu? Cezve mi? Çaydanlık mı? Klima? Mini bar mı? Buzdolabı mı? Saç kurutma makinesi?
8.	What's the price for A single room? A double room? A triple room? A twin-bedded room?	Бағасы қандай Бір орындық бөлме? Екі орындық бөлме? Үш орындық бөлме? Екі кереуеті бар бөлме?	Какова цена за • Одноместный номер? • Двухместный номер? • Трехместный номер? • Номер с двумя односпальными кроватями?	Bunun bedeli ne Tek kişilik oda mı? Çift kişilik oda mı? Üç kişilik oda mı? İki yataklı oda?
9.	I'd like to book a room overlooking the sea/lake.	Мен теңізге/көлге қарайтын бөлмеге тапсырыс бергім келеді.	Я хотел бы забронировать номер с видом на море/озеро.	Denize / göle bakan bir oda ayırtmak istiyorum.
10.	May I have a late check-out?	Мен кеш шығуды ұйымдастыра аламын ба?	Могу ли я оформить поздний выезд?	Geç check-out yapabilir miyim?
11.	I'd like full board/ half-board.	Мен толық пансионат / жартылай пансионат алғым келеді.	Я бы хотел полный пансион / полупансион.	Tam pansiyon / yarım pansiyon istiyorum.
12.	Do you have a car park?	Сізде автотұрақ бар ма?	У вас есть автостоянка?	Otoparkınız var mı?
13.	Do you have a special menu for children?	Сізде балаларға арналған арнайы мәзір бар ма?	У вас есть специальное меню для детей?	Çocuklar için özel bir menünüz var mı?

	1	2	3	4
14.	Does the hotel have a gym/swimming pool?	Қонақ үйде спортзал/ бассейн бар ма?	Есть ли в отеле тренажерный зал/ бассейн?	Otelde spor salonu / yüzme havuzu var mı?
15.	Does the hotel have any facilities for children?	Қонақ үйде балаларға арналған ыңғайлылық бар ма?	Есть ли в отеле какие-либо удобства для детей?	Otelde çocuklar için herhangi bir olanak var mı?
16.	Do you have a special menu for children?	Сізде балаларға арналған арнайы мәзір бар ма?	У вас есть специальное меню для детей?	Çocuklar için özel bir menünüz var mı?
17.	Do you allow pets?	Сіз үй жануарларын ұстауға рұқсат бересіз бе?	Разрешаете ли вы содержать домашних животных?	Evcil hayvanlara izin veriyor musunuz?
18.	How much is service charge and tax?	Қызмет ақысы мен салық қанша?	Сколько составляет плата за обслуживание и налог?	Hizmet bedeli ve vergi ne kadardır?
19.	Does the hotel provide airport transfer?	Қонақ үй әуежайдан/әуежайға ауысуды қамтамасыз ете ме?	Предоставляет ли отель трансфер от/до аэропорта?	Otel havaalanı transferi sağlıyor mu?
20.	What is the total cost?	Жалпы құны қандай?	Какова общая стоимость?	Toplam maliyet nedir?

As for the English terms and phrases for renting a vehicle abroad, car is the most convenient form of transport for independent travel. If you want to travel abroad in a rented car, do not forget to bring the following documents:

identity document - identity card;

passport - passport;

driver's license — driver's license;

international driver's license - international driver's license.

You should think about a place where you will rent a car (a pickup location), where it will be convenient for you to pick up the car. For example, car rental desks can be found at the airport - this is the most convenient option. The car rental company (car rental) should inform you about the places where you can return the car (drop-off places) (Table 4).

Table 4 – English terms and phrases for renting a car abroad

	English	Kazakh	Russian	Turkish
	1	2	3	4
1.	A passport	Төлқұжат	Паспорт	Pasaport
2.	A driver's license	Жүргізуші куәлігі	Водительские права	Ehliyet
3.	A proof of identity	Жеке басын куәландыратын құжат	Удостоверение личности	Bir kimlik kanıtı

	1	2	3	4
4.	A standard size car	Стандартты өлшемді Автомобиль	Стандартный автомобиль средних размеров	Standart boyutlu bir araba
5.	A full-size car	Толық өлшемді көлік	Большой вместительный автомобиль	Tam boy bir araba
6.	A hatchback	Хэтчбек	Хэтчбэк	Bir hatchback
7.	A compact car	Шағын көлік	Малогабаритный автомобиль	Kompakt bir araba
8.	A station wagon An estate car	Әмбебап	Универсал	Pikap
9.	A sedan	Седан	Седан	Sedan
10.	A premium car	Премиум автокөлік	Машина премиум-класса	Premium bir araba
11.	A minivan	Шағын автобус	Мини-фургон	Bir minibüs
12.	A sports car	Спорттық көлік	Спортивный автомобиль	Spor arabası
13.	Collision insurance is included	Соқтығысудан сақтандыру құнына кіреді	Страхование на случай столкновения включено	Çarpışma sigortası dahildir
14.	A security deposit	Сақтандыру депозиті	Залоговый депозит	Bir güvenlik depozitosu
15.	Daily/weekly/monthly rate	Күнделікті / апталық / айлық тариф	Тариф по дням/неделям/ месяцам	Günlük / haftalık / aylık ücret
16.	A manual An automatic (gear)	Автоматты (беріліс)	Механическая/автоматическая коробка передач	Otomatik (dişli)
17.	AWD (all-wheel-drive) vehicle	Толық жетекті көлік (AWD)	Машина с полным приводом	AWD (dört tekerlekten çekişli) araç
18.	A full tank	Толық резервуар	Полный бак	Dolu bir tank
19.	A child seat	Балаларға арналған орын	Детское автокресло	Çocuk koltuğu
20.	Diesel/ petrol(gas)	Дизель/ бензин (газ)	Дизель/ бензин	Dizel / benzin (gaz)

Walking along its streets, getting to know the locals, visiting famous architectural monuments, on the other hand, a new city opens up. If you want to thoroughly explore the city and discover popular places, you should visit the sights of the city. Among them, there may be the phrases in Table 5.

Table 5 – English terms and phrases for exploring the city

	English	Kazakh	Russian	Turkish
	1	2	3	4
1.	A square	Алаң	Площадь	Meydan
2.	A cathedral	Шіркеу	Собор	Katedral
3.	A church	Шіркеу	Церковь	Kilise
4.	A mosque	Мешіт	Мечеть	Camii
5.	A castle	Қамал	Замок	Kale
6.	A palace	Сарай	Дворец	Saray
7.	A town hall	Қалалық әкімдік	Ратуша	Belediye binası
8.	A tower	Мұнара	Башня	Kule
9.	A temple	Ғибадатхана	Храм	Tapınak
10.	A statue	Мүсін	Статуя	Heykelcik
11.	A museum	Мұражай	Музей	Müzecilik
12.	A monument	Ескерткіш	Памятник	Anıt
13.	A fountain	Субұрқак	Фонтан	Çeşmeli
14.	A sculpture	Мүсін	Скульптура	Heykel
15.	A park	Саябақ	Парк	Park
16.	An art gallery	Көркем галерея	Художественная галерея	Bir sanat galerisi
17.	An opera	Опера	Опера	Operacı
18.	A ballet	Балет	Балет	Bale
19.	A cinema	Кинотеатр	Кинотеатр	Sinema
20.	A theatre	Театр	Театр	Tiyatro
21.	A zoo	Хайуанаттар бағы	Зоопарк	Hayvanat bahçesi
22.	A circus	Цирк	Цирк	Sirk
23.	A cave	Үңгір	Пещера	Mağara
24.	A canyon	Каньон	Каньон	Kanyon
25.	A stadium	Стадион	Стадион	Stadyum

The best way to get to know the country is to taste traditional cuisine at a local cafe or restaurant. We have prepared phrases for you that will be useful in communicating with the waiter (Table 6).

Table 6 – English terms and phrases for tourists in the restaurant

	English	Kazakh	Russian	Turkish
	1	2	3	4
1.	Do you have any free tables? I need a free table for two.	Сізде бос үстелдер бар ма? Маған екі адамға арналған бос үстел керек.	У вас есть какие-нибудь свободные столики? Мне нужен свободный столик на двоих.	Boş masalarınız var mı? İki kişilik boş bir masaya ihtiyacım var.
2.	I've booked a table.	Мен үстелге тапсырыс бердім.	Я заказал столик.	Bir masa ayırttım.

	1	2	3	4
3.	Can I get a table by the window?	Терезе үстелін ала аламын ба?	Могу я занять столик у окна?	Pencereden bir masa alabilir miyim?
4.	May I sit here?	Мен осында отыра аламын ба?	Можно мне присесть здесь?	Burada oturabilir miyim?
5.	Can I have the menu, please?	Мен мәзірді ала аламын ба?	Могу я получить меню, пожалуйста?	Menüyü alabilir miyim lütfen?
6.	Could we get an extra chair?	Біз қосымша орындық ала аламыз ба?	Не могли бы мы взять дополнительный стул?	Fazladan bir sandalye alabilir miyiz?
7.	What dish can you recommend?	Сіз қандай тағамды ұсына аласыз?	Какое блюдо вы можете порекомендовать?	Hangi yemeği tavsiye edebilirsiniz?
8.	Where can I see a list of drinks?	Сусындар тізімін қайдан көруге болады?	Где я могу посмотреть список напитков?	İçeceklerin listesini nerede görebilirim?
9.	We are ready to order.	Біз тапсырыс беруге дайынбыз.	Мы готовы сделать заказ.	Sipariş vermeye hazırız.
10.	I am not ready yet.	Мен әлі дайын емеспін.	Я еще не готов.	Henüz hazır değilim.
11.	What do you recommend?	Сіз не ұсынасыз?	Что вы рекомендуете?	Ne önerirsiniz?
12.	I would like a cup of coffee.	Мен бір кесе кофе алғым келеді.	Я бы хотел чашечку кофе.	Bir fincan kahve istiyorum.
13.	A glass of water, please.	Бір стақан су, өтінемін.	Стакан воды, пожалуйста.	Bir bardak su lütfen.
14.	Can I have a steak, please?	Маған стейк бере аласыз ба?	Можно мне стейк, пожалуйста?	Biftek alabilir miyim, lütfen?
15.	I would like the set a lunch.	Мен жан-жақты түскі асқа тапсырыс бергім келеді.	Я бы хотел заказать комплексный обед.	Yemek istiyorum.
16.	A glass of water, please	Бір стақан су, өтінемін	Стакан воды, пожалуйста	Bir bardak su lütfen.
17.	What is this dish?	Бұл қандай тағам?	Что это за блюдо?	Bu yemek nedir?
18.	What are the side dishes?	Гарнирлер қандай?	Какие бывают гарниры?	Garnitürler nelerdir?

If in supermarkets you are only required to take the necessary product from the shelf and bring it to the checkout (a checkout / cash desk), then going shopping to the market or to a souvenir shop, you need to know the following phrases in Table 7.

Table 7 – English terms and phrases for tourists in the store

	English	Kazakh	Russian	Turkish
	1	2	3	4
1.	Sorry, can you help me, please?	Кешіріңіз, маған көмектесе аласыз ба?	Извините, вы не могли бы мне помочь, пожалуйста?	Pardon, yardım eder misiniz lütfen?
2.	Where is the the nearest souvenir shop/shopping mall / market?	Ең жақын Сыйлық дүкені/сауда орталығы / базар қайда?	Где находится ближайший сувенирный магазин/торговый центр / рынок?	En yakın hediyelik eşya dükkanı / alışveriş merkezi / pazarı nerede?
3.	Do you have a special offer?	Сізде арнайы ұсыныс бар ма?	У вас есть специальное предложение?	Özel bir teklifin var mı?
4.	Are there any discounts?	Жеңілдіктер бар ма?	Есть ли какие-нибудь скидки?	İndirim var mı?
5.	How much is it? How much does it cost?	Бұл қанша тұрады?	Сколько это стоит?	Ne kadar?
6.	Okay, I'll take it.	Бұл қанша тұрады?	Сколько это стоит?	Fiyatı ne kadar?
7.	Can you give me a receipt?	Жарайды, мен оны аламын.	Хорошо, я возьму это.	Tamam, ben alırım.
8.	Where can I pay for it?	Сіз маған түбіртек бере аласыз ба?	Вы можете дать мне квитанцию?	Bana bir makbuz verebilir misin?
9.	Where is a shop assistant?	Мен бұл үшін қайда төлей аламын?	Где я могу за это заплатить?	Bunun için nereden ödeme yapabilirim?
10.	Can you give me a receipt?	Сатушы-кеңесші қайда орналасқан?	Где находится продавец-консультант?	Bir mağaza asistanı nerede?
11.	Can I pay for it by card?	Сіз маған түбіртек бере аласыз ба?	Вы можете дать мне квитанцию?	Bana bir makbuz verebilir misin?
12.	Where is a shop assistabnt?	Мен оны картамен төлей аламын ба?	Могу ли я оплатить это картой?	Kartla ödeyebilir miyim?
13.	I don't see a price tag.	Сатушы-кеңесші қайда орналасқан?	Где находится продавец-консультант?	Bir mağaza asistanı nerede?
14.	I am looking for a shirt/dress/T-shirt.	Мен көйлек / көйлек / футболка іздеймін.	Я ищу рубашку/платье/футболку.	Bir gömlek / elbise / tişört arıyorum.
15.	I would like to try it on.	Мен оны сынап көргім келеді.	Я бы хотел его примерить.	Denemek istiyorum.
16.	Do you have this suit in white?	Сізде бұл костюм ақ түсті ме?	У вас есть этот костюм белого цвета?	Beyaz takım elbisen var mı?

	1	2	3	4
17.	Excuse me, where is the fitting room/changing room?	Кешіріңіз, фитинг бөлмесі / киім ауыстыратын бөлме қайда?	Извините, где находится примерочная/раздевалка?	Affedersiniz, soyunma odası / soyunma odası nerede?
18.	Do you have this jacket in S/M/L size?	Сізде бұл S / M / L өлшемді куртка бар ма?	У вас есть эта куртка размера S / M / L?	Bu ceketin S / M / L bedeninde var mı?
19.	Can you give me a bigger /smaller size?	Сіз маған үлкенірек / кішірек Өлшем бере аласыз ба?	Можете ли вы дать мне больший / меньший размер?	Bana daha büyük / daha küçük bir boyut verebilir misiniz?
20.	Where can I try this coat on?	Бұл пальтоды қай жерде киіп көруге болады?	Где я могу примерить это пальто?	Bu paltoyu nerede deneyebilirim?

Conclusion

English travel phrases are the most important phrases you need to know because they will help you get from point A to point B easily. This means a trip from the airport to your hotel, from the main course to dessert, or from casual acquaintances to friends with someone you met. These are English travel phrases that you will constantly use during your visit to the USA, and you will be glad to learn them.

In addition to convenience, knowing English travel phrases can also help you in a pinch - if you lose your luggage, lose yourself badly or face an emergency, knowing these phrases can be a real salvation.

All the expressions that are included in the text has their own importance. From the very point of starting your journey to another country you face the need of speaking some foreign language in order to be able to communicate. And the other terms play the same role.

BIBLIOGRAPHY

1. Мечковская Н.Б. Социальная лингвистика. - М.: Аспект Пресс, 2006. - 206 с.
2. Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры [Электронный ресурс] //URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Lotm/index.php. – 1992.
3. Filatova N. V. Genre space of tourist discourse //Bulletin of MGGU im. MA Sholokhov. Series" Philological Sciences. – 2012. – Т. 2. – С. 76-82.
4. Vereshchagin E.M., Kostomarov V.G. Language and culture. - М.: Russian language, 2000. – p.387.
5. Vlakhov S. Florin S. Untranslatable in translation. - М.: International relations, 2009. – p.360.
6. Федоров А. В. Основы общей теории перевода: (лингвистические проблемы): для студентов и преподавателей вузов. иностранный язык: учеб. пособие. пособие. - 5 изд. - Москва: Филологический факультет, 2002. - 304 с.
7. Schweitzer A.D. Translation theory: status, problems, aspects. – М.: Nauka, 1988. – p.214

REFERENCES

1. Mechkovskaia N.B. Sosiálnaia lingvistika. [Social linguistics.] - М.: Аспект Press, 2006. -

206 s.

2. Lotman İu. M. Stäti po semiotike i topologii kültury [Articles on semiotics and topology of culture] [Elektronnyi resurs] //URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Lotm/index.php. – 1992.

3. Filatova N. V. Genre space of tourist discourse //Bulletin of MGGU im. MA Sholokhov. Series" Philological Sciences. – 2012. – T. 2. – S. 76-82.

4. Vereshchagin E.M., Kostomarov V.G. Language and culture. - M.: Russian language, 2000. – p.387.

5. Vlahov S. Florin S. Untranslatable in translation. - M.: International relations, 2009. – p.360.

6. Fedorov A. V. Osnovy obşei teorii perevoda: (lingvisticheskie problemy)[Fundamentals of the general theory of translation: (linguistic problems)]: dlä studentov i prepodavatelei vuzov. inostrannyi iazyk: ucheb. posobie. posobie. - 5 izd. - Moskva: Filologicheski fakültet, 2002. - 304 s.

7. Schweitzer A.D. Translation theory: status, problems, aspects. – M.: Nauka, 1988. – p.214

G.ZH. ARIPZHAN

Senior teacher, International University of
Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkestan), E-mail:
gulnur.aripjan@iuth.edu.kz

A.N. MAKHAL

Student of the International University of
Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkestan), E-mail:
ayaulym.makhal@iuth.edu.kz

Received 11.11.2023

Accepted for publication 29.12.2023

Г.Ж. ӘРІПЖАН¹, А.Н. МАХАЛ^{1*}

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: ayaulym.makhal@iuth.edu.kz

**ТУРИЗМ САЛАСЫНДАҒЫ НЕГІЗГІ ТЕРМИНДЕР МЕН СӨЗ ТІРКЕСТЕРІ
ЖӘНЕ ОЛАРДЫҢ АУДАРМАЛАРЫ**

Аңдатпа. Жалпы, бүгінде ағылшын тілін үйрену өте маңызды. Бұл тіл ең жақсы жұмыс орындарына өте сұранысқа ие және тіпті кейбір университеттерде оқуға қойылатын талап болып табылады. Дегенмен, әлемнің түкпір-түкпіріндегі әртүрлі адамдармен сөйлесе алу үшін оны үйрену маңызды. Осылайша, туризм үшін ағылшын тілі өте маңызды. Ең алдымен, қарым-қатынас мәселесі үшін. Саяхатшыларға көмек көрсету мүмкіндігі, егер сіз кәсіпқой болсаңыз, жұмыста сізден талап етілетін қажеттілік. Ағылшын тілі миллиондаған адамдар сөйлейтін әмбебап тіл болғандықтан, әртүрлі контексттерде өте пайдалы болады. Саяхатқа арналған ағылшын тіліндегі фразалар дүкенде немесе қонақ үйде сөйлесу, бағыт сұрау, жергілікті көрікті жерлер мен ескерткіштер туралы бірдеңе білу немесе әуежайда ағылшын тіліндегі ақпарат лабиринтінде адаспау үшін пайдалы.

Кілт сөздер: ағылшын тілін меңгеру, саяхат лексикасы, саяхаттар мен экскурсиялар, мәдени компонент, халықаралық коммуникациялар.

Г.Ж. АРИПЖАН¹, А.Н. МАХАЛ^{1*}

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казakhstan, Туркестан), E-mail: ayaulym.makhal@iuth.edu.kz

ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ФРАЗЫ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ИХ ПЕРЕВОДЫ

Аннотация. В общем, изучение английского сегодня необходимо. Этот язык очень востребован для лучших вакансий и даже является обязательным условием для обучения в некоторых университетах. Тем не менее, также важно научиться этому, чтобы иметь возможность общаться с разными людьми со всего мира. Таким образом, английский язык для туризма необходим. В первую очередь, для связи. Возможность ассистировать путешественникам, если вы профессионал, — это необходимость, которая будет востребована у вас на работе. А поскольку английский язык является универсальным языком, на котором говорят миллионы людей, он будет очень полезен в различных контекстах. Английские фразы для путешествий пригодятся, чтобы общаться в магазине или гостинице, спрашивать дорогу, узнавать что-то о местных достопримечательностях и памятниках или просто не заблудиться в аэропорту в лабиринте англоязычной информации. Знание английского языка в современном мире действительно необходимо.

Ключевые слова: овладение английским языком, туристическая лексика, поездки и экскурсии, культурная составляющая, международные коммуникации.

Ұ. МАХАНБЕТОВА¹, Д. ДЖУНУСОВА¹, Э. ТУРКЕЕВА^{1*}

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: e.turkeyeva@iuth.edu.kz

ҚАЗАҚСТАН АЙМАҚТАРЫНДА ТУРИЗМДІ ДАМУДЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТЕТІГІ

Андатпа. Аймақтың инновациялық дамуы мен аймақтағы туризмнің даму деңгейі арасындағы байланысты зерттеу қазіргі таңда өзекті. Аймақтарды дамыту және инновациялық шешімдер туризмді дамытуға ықпал етеді, ал туризм өз кезегінде инновацияларды дамытуға және инвесторларды тартуға ықпал етеді, сондықтан аймақтық туризмді және аймақтарды инновациялық дамытудың екіжақты аралас процесі туралы айтуға болады. Бұл мақаланың мақсаты аймақтың инновациялық дамуын аймақта туризмді тиімді дамыту шарты ретінде қарастыру болып табылады. Зерттеу нысаны Қазақстан аймақтарының туристік секторы; аймақтың инновациялық даму деңгейі және аймақтағы аймақтық туризмнің даму деңгейі. Мақалада тұжырымдамалық талдау жасау; аймақтардың екі ұстанымына қысқаша сипаттама беру (аймақтың инновациялар және аймақтық туризмді дамыту тұрғысынан); Қазақстан аймақтарын әртүрлі рейтингтер бойынша бағалау көрсеткіштерін талдау.

Кілт сөздер: аймақтардың инновациялық дамуы, ұлттық туристік рейтинг, туризмнің дамуы, туризмнің аймақтық дамуы, аймақтық туризм.

Кіріспе

Туризмді дамыту, сондай-ақ ұзақ мерзімді перспективада бәсекеге қабілеттіліктің жоғары деңгейін қамтамасыз ету инновацияларды әзірлеумен, жетілдірумен тығыз байланысты.

Туризм-бұл әлем бойынша маңызды сала ғана емес, сонымен қатар әлемдік экономиканың қарқынды дамып келе жатқан саласы, оның өсу қарқыны экономиканың басқа секторларының өсу қарқынынан 2 есе көп. Негізгі көрсеткіштер бойынша, инвестициялық салымдардың тиімділігі бойынша, туризмнің мұнай өндіру саласымен салыстыруға болады[1].

Бүгінгі таңда туристік сектор әлемдік жалпы ұлттық өнімнің 10,2 %, тауарлар мен қызметтердің әлемдік экспортының 7 %, қызметтердің әлемдік экспортының 30 % және әрбір 10-шы жұмыс орны [2], бұл елдің туристік индустриясын барлық деңгейде дамытудың маңыздылығын түсіндіреді. Қазіргі туризм қарқынды дамып келеді. Әлемдегі туризмнің

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Маханбетова Ұ., Джунусова Д., Туркеева Э. Қазақстан аймақтарында туризмді дамытудың инновациялық тетігі // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 80–88. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.07>

***Cite us correctly:** Makhanbetova U., Dzhunusova D., Turkeeva E. Qazaqstan ajmaqtarynda turizmdi damytudyn' innovaciyaalyq tetigi [Innovative mechanism for the development of tourism in the regions of Kazakhstan] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. – 2023. – No2(2). –Б. 80–88. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.07>

тұрақты дамуы және оның болашағы оны "болашақ индустриясы" деп атауға негіз береді.

Қазіргі уақытта аймақта туристік секторды тиімді дамыту тек инновациялық даму жолында ғана мүмкін болатыны анық, бұл инвестициялық менеджмент пен инновациялық тетікті енгізуде көрініс табады. Бұл жағдайда инновациялар мен инвестициялардың екі жақты процесі орын алады:

- инвестициялар тек инновациялық тәсілдер мен шешімдерді енгізу үшін тартуға болады,

- инновациялық тәсілдер мен шешімдерді инвестицияларды тартпай жүзеге асыру мүмкін емес.

Қазақстанда туризмді дамыту мәселелері ғылыми тұрғыдан өте маңызды болып табылады, сонымен қатар, аймақтық туризмді дамытуға байланысты мәселелердің ғылыми жариялымдары; ішкі туристік нарықты және жекелеген аймақтарды дамытудың негізгі үрдістерін қалыптастыру; аймақтардың жеке мақсаттары үшін туристік әлеуетке ұмтылу; аймақтың инновациялық дамуы мен аймақтық туризмнің даму деңгейі арасындағы өзара байланыс мәселелерін ғылыми қамтудың жеткіліксіз деңгейін байқауға болады, бұл тақырыпты неғұрлым өзекті етеді.

Негізгі бөлім

Қазіргі уақытта "аймақтың инновациялық дамуы" атты категориямен жұмыс істейтін көптеген авторлар оған ғылыми еңбектерде анықтама бермейді, ал осы анықтаманы түсіндіретін жұмыстарда тұжырымдамалық ақпарат өте үстірт қалыптасады.

Соныменен, А. А. Угрюмова, Е. В. Ерохина, М. В. Савельеваның пікірінше, аймақтың инновациялық дамуы-бұл аймақтық инновациялық жүйені қалыптастыруға негізделген әлеуметтік-экономикалық процесс. Ол интеллектуалды еңбекке және қосылған құны жоғары өнімді пайдалануға негізделген жоғары технологиялық өндірістерді ұйымдастыру арқылы аймақтың инновациялық әлеуетін ұлғайтуға және іске асыруға қабілетті болуы керек [3].

С. Оразалы аймақтың инновациялық дамуын инновациялық жүйені, тұрақты инновациялық процестерді қамтамасыз ету арқылы аймақтың әлеуметтік-экономикалық дамуын қамтамасыз ететін жаңа білім өндірумен, оларды пайдаланумен айналысатын институттар мен ұйымдар кешенін қалыптастыруға бағытталған әлеуметтік-экономикалық процесс ретінде айқындайды және ашады [4]. Авторлық анықтамалардың осындай минималды талдауы да осы тұжырымдаманың мәніне әртүрлі көзқарастардың болуын көрсетеді, ғылыми зерттеулер жүргізуді, сондай-ақ аймақтың инновациялық даму деңгейін арттыру бойынша тиімді ұсыныстар әзірлеуді қиындатады.

Аймақтағы инновациялық жағдай нақты мақсат қоюды және жан-жақты техникалық-экономикалық негіздемені талап етеді. Аймақтағы инновациялық белсенділік инновацияларды құрумен, тартумен және дамытумен байланысты. Сонымен бірге, ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық қызмет пен технологиялық жұмыстар шаруашылық айналымға жаңа өнімді, технологиялық процесті және дайын өнімді енгізуге бағытталған. Нарықта бәсекеге қабілетті жаңа өнім мен қызметтің пайда болуы инновациялық белсенділіктің ажырамас белгісі болып табылады.

Соныменен, аймақтың инновациялық дамуы-бұл ең алдымен аймақтық дамуды басқарудың жаңа технологияларын, аймақтық жоспарлаудың жаңа әдістерін және жергілікті ортаны басқарудағы инновациялық технологияларды қамтитын инновациялық технологиялар мен әдістерді қолдануға негізделген аймақтық даму процесі.

Аймақтың инновациялық даму көрсеткіштерінің жүйесі, оның ерекшеліктерін, күшті

және әлсіз жақтарын анықтау, оның маңыздылығын бағалау аймақтық басқару саласындағы мемлекеттік саясат үшін өзекті болып табылады.

Аймақтардың инновациялық даму деңгейін бағалау үшін "жоғары экономика мектебі" Ұлттық зерттеу университетінің (ЭЖМ ҒЗИ) статистика және білім экономикасы ғылыми-зерттеу институты (ИСИЭЗ) осы көрсеткішті бағалаудың өзіндік авторлық әдістемесін әзірледі. Осының негізінде Ресей аймақтарының инновациялық даму рейтингі жасалынды және 10 жылдан астам уақыт бойы жарияланып келеді [5]. Көрсетілген рейтинг 53 сандық және сапалық көрсеткіштерден тұратын 5 топқа біріктіріліп, бастапқы жүйеге бастапқы жүйе бойынша есептеледі:

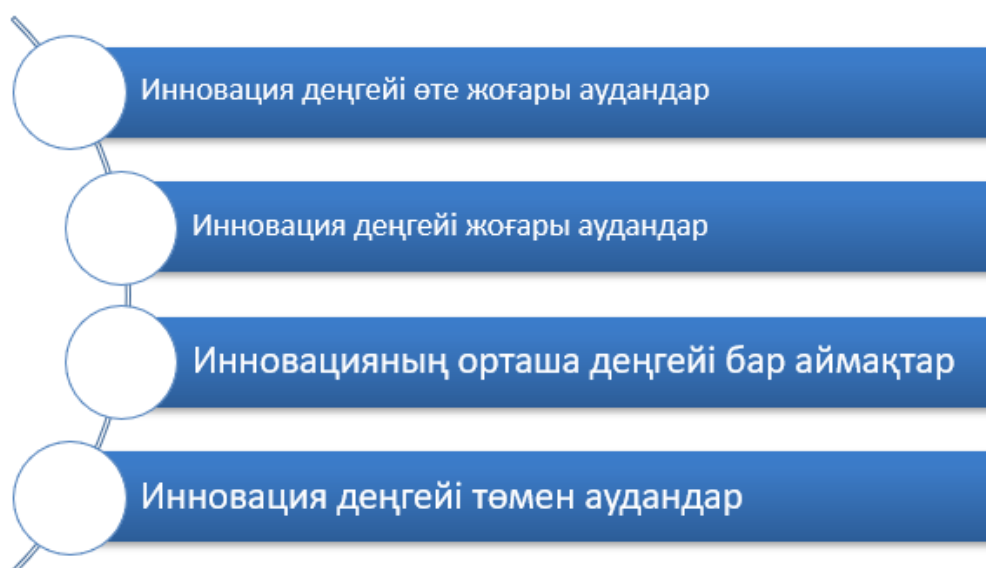
1. Инновация сапасы саласындағы саясат;
2. Инновациялық қызмет;
3. Экспорттық қызмет
4. Инновациялық қызметтің әлеуметтік-экономикалық шарттары
5. Ғылыми-техникалық әлеует

Соған байланысты аймақтардың инновациялық даму деңгейін бағалау үшін 4 топқа (Сурет 1.) бөлуге болады.

Қазіргі уақытта Қазақстанда өңірлік деңгейдегі инновациялық процестер туралы сенімді деректердің жетіспеушілігі байқалады. Бұл мәселенің айқын шешімдерінің ішінде біз статистикалық бақылауларды егжей-тегжейлі қарастырамыз: деректерді аймақтық және болашақ деңгейлерде есептеу және көрсету. Балама-мамандандырылған социологиялық зерттеу.

Аймақтық деңгейдегі инновациялық процестердің белгілі бір көріністерін сипаттайтын деректер бар елдерде ең сенімді көрсеткіштерді таңдау және олардың ішінен теңдестірілген, дәйекті және тұрақты жүйелерді қалыптастыру міндеті бірінші орынға шығады.

Соңғы жылдардағы маңызды тенденциялардың бірі-инновациялық процестерді ынталандырудағы аймақтардың ерекше рөлін түсіну. Әр аймақта бәсекелестік артықшылықтарды дамытуға бағытталған өнімдерді, процестерді, өндірісті немесе маркетингті ұйымдастырудағы оң өзгерістерге байланысты белсенділіктің белгілі бір түрлері орын алуда.



Сурет - 1 — Аймақтардың инновациялық даму деңгейін бағалау

Ұлттық статистика бюросының зерттеуіне сәйкес, 2022 жылы 28,2 мың компанияның

тек 3 мыңы ғана инновациялық технологияларды қолданатыны анықталды. Осылайша, Қазақстанның инновациялар саласындағы белсенділік деңгейі 10,5% - құрады. Олардың ішінде ел бойынша елордада еліміздің жоғары көрсеткіштері байқалады. Бас қаладағы инновациялық белсенділік деңгейі 13,5 пайызды құрайды. Одан кейін Қарағанды (13%) және Ақтөбе (12,5%) облыстары тұр. Инновациялық технологияларды енгізу бойынша ең нашар көрсеткіш - Павлодар облысында. Онда осы саладағы кәсіпорындардың белсенділігі небәрі 5,2 пайызды құрайды. Ал жалпы әлемдік рейтингте Швейцария, Швеция және Америка Құрама Штаттары көш бастап тұр. Осы көрсеткіштер бойынша ТМД елдері арасында Қазақстан Республикасы Ресей, Украина, Беларусь, Молдова және Армениядан кейін кейінгі орында. Біздің елімізден кейін рейтингінде Әзірбайжан, Өзбекстан, Қырғыз Республикасы және Тәжікстан келеді [6].

Қазіргі уақытта аймақтардың инновациялық даму деңгейімен ерекшеленетін 4 тобын ажыратуға болады.

- инновациялардың деңгейі өте жоғары аймақтар, оларға инновациялық әлеуеттің ең жоғары деңгейі бар аймақтар кіреді;

- әр түрлі инновациялар белсенді енгізіліп, қолданылатын салалардағы аймақ экономикасының бағытымен тығыз байланысты аймақтар;

- инновациялық индексінің төменгі шамасы бойынша анықталатын аймақтар.

- инновацияның өте жоғары дәрежесі бар аймақтар, оған инновациялық әлеуеттің өте жоғары деңгейі бар аймақтар жатады.

Аймақ экономикасының бағытымен тығыз байланысты әр түрлі инновациялар белсенді енгізілуде және қолданылуда. Мұндай салаларға өңдеу өнеркәсібі, фармацевтика өнеркәсібі, әртүрлі электронды және оптикалық жабдықтар өндірісі, құрылыс техникасына арналған жабдықтар, өндірістік жабдықтар мен көлік машиналары жатады.

Инновациялар индексінің төмен шамасымен айқындалатын топқа аймақтың инновациялық қуатының дәрежесі өңірдің ішінара қайта өңдеу және өндіру өнеркәсібіне экономикалық бағдарлануымен айқындалады. Сонымен қатар, осы топтың аймақтары ғылыми әлеуеттің жай күйін көрсететін көрсеткіштер бойынша зерттеулер мен әзірлемелермен айналысатын техникалық мамандардың жеткіліксіз саны бойынша инновациясы бар аймақтардан төмен болады.

Туризмнің аймақтық даму деңгейі бойынша "Қазақстан Республикасындағы туристік қызметі туралы" заңда "аймақтық туризмді дамыту" деген ұғымы кездеспейді, сондай-ақ "аймақтық туризм" терминінің мағынасы да көрсетілмеген [7].

Сонымен қатар, осы ұғымдар бойынша ғалымдардың еңбектері бар, бірақ тұрақты тұжырымдалған көптеген ғылыми еңбектерде нақты анықтамалар келтірілмеген. Е. А. Зализняк нақты анықтама береді: аймақтық туризм-бұл көптеген элементтерден тұратын өте күрделі, ұйымдастырылған жүйе (рекреациялық ресурстар, туристік инфрақұрылым, экологиялық және жеке қауіпсіздік және т. б.) белгілі бір аймақтың шекараларында туристік қажеттіліктерді қанағаттандыру функцияларын орындайтын және оны дамыту үшін қажетті жағдайлар болып табылатын [8].

Статистикалық мәліметтер бойынша, 2022 жылы Қазақстанға шет елдерден 173,8 млн шетелдік қонақтар келді, ал тауар айналымы 1192,7 млрд долларды құраған. Сонымен қатар, Түркістан қаласындағы "Әзірет Сұлтан" мемлекеттік тарихи-мәдени мұражай-қорығына 2023 жылдың 9 айында келген туристер саны 566 075 адамды құраған.

Қазақстанда бірінші жартыжылдықтың қорытындысы бойынша ішкі туристер саны 3

миллионнан астам қазақстандық саяхаттады - өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 400 мыңға артық. Жыл соңына дейін ішкі туристер саны 9 миллион адамға жетеді деп есептеледі. Сондай - ақ, шетелдік туристер саны екі есе өсті: 6 айдың қорытындысы бойынша-500 мыңнан астам адам. Жыл қорытындысы бойынша бұл көрсеткіш 1,4 миллион туристке жетеді деп күтілуде.

Туристер санының өсуімен туризм саласындағы кәсіпкерлердің табысы да өсті. Бірінші жартыжылдықта саяхатшылар мен демалушыларды орналастыру үшін орындар 100 млрд теңгеге жуық табыс тапты, бұл өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 30 млрд теңгеге артық. Бұл ретте ағымдағы жылдың 9 айында туристік секторға 404,8 млрд теңге инвестиция тартылды-44% - ға өсім. Өңірлер бойынша Солтүстік Қазақстан, Павлодар, Ақтөбе және Алматы облыстары көш бастап тұр [9].

Сонымен қатар, 2022 жылғы көрсеткіштердің қорытындысы бойынша ішкі туристер саны 8,6 млн адамға жетті, бұл 2021 жылмен салыстырғанда 1,7 млн-ға артық. Сонымен бірге, елде демалыс орындарының саны артты. Туристерді орналастыруға арналған 2022 жылы туристер үшін 284 жаңа орын тіркелді, олардың жалпы саны елде 4 мыңға жетті. Біржолғы сыйымдылық 10 мың бірлікке артып, 203 мыңнан астам кереуетті құрады.

Қазақстанға туристердің келу мақсаты: оның ішінде жеке істер бойынша келгендер - 17,45%, іссапарлар -54,42%. Сонымен қатар, бизнес -13,76%, жұмыспен қамту -4,47%, жұмыспен қамту-2,84%, белсенділік -1,57% [10]

Қазақстан аймақтарында туризмді дамытуға бағытталған мынадай жобаларды іске асыруды:

- Экономиканың басым секторларының тізіміне келесі туристік жобалар кіреді (рұқсат беру орындары-ЭҚЖЖ 5510, 5520, 5530). Мөлшерлемесі 6% қарыз алушыға несие берудің жеңілдік кезеңі 5 жылды құрайды. Бұл жағдайда несиенің максималды сомасы 7 миллиард теңгені құрайды.

- "Қарапайым заттар экономикасы" бағдарламасы шеңберінде (қолжетімді несие беру проблемасын шешу үшін ұзақ мерзімді теңгелік өтімділікті қамтамасыз етудің кейбір мәселелері туралы 2018 жылғы 11 желтоқсандағы жағдай бойынша) басым жобаларға несие беруге арналған өнімдер бойынша туризм (орналастыру объектілері – ESP 5510, 5520, 5530, санаторийлер-ESP 8610, жоспарланған) бар, оларды өтеуі ПТТ-да жоспарланған (Нұр-сұлтан және Алматы қалаларын қоспағанда) [11].

- қазіргі уақытта 439,3 млрд теңге құрайтын 83 инфрақұрылымдық жоба іске асырылуда [12].

Қолайлы инвестициялық ахуал жасау мақсатында, сондай-ақ туризм саласындағы кәсіпкерлік белсенділікті ынталандыру үшін 2022 жылдан бастап жаңа заңнамалық шараларды іске асыру басталады:

1) туристік қызмет объектілерін құру кезінде инвестициялық преференциялардың шекті деңгейін төмендету;

2) тау шаңғысы курорттары үшін жабдықтар мен техника сатып алғаны үшін өтемақы;

3) туристік объектілерді салуға, реконструкциялауға арналған шығыстарды өтеу;

4) жүргізуші орнын қоспағанда, туристік қызметті жүзеге асыратын кәсіпкерлік субъектілерге (туристік автобустарды) отыратын сыйымдылығы сегіз орыннан асатын автомобиль көлік құралдарын сатып алу бойынша өтемақы;

5) жол бойындағы сервис объектілерін салғаны үшін өтемақы;

6) санитариялық-гигиеналық пункттерді күтіп-ұстауды субсидиялау;

8) шетелдіктер үшін туристік алым төлеу (мөлшерін мәслихаттар айқындайды).

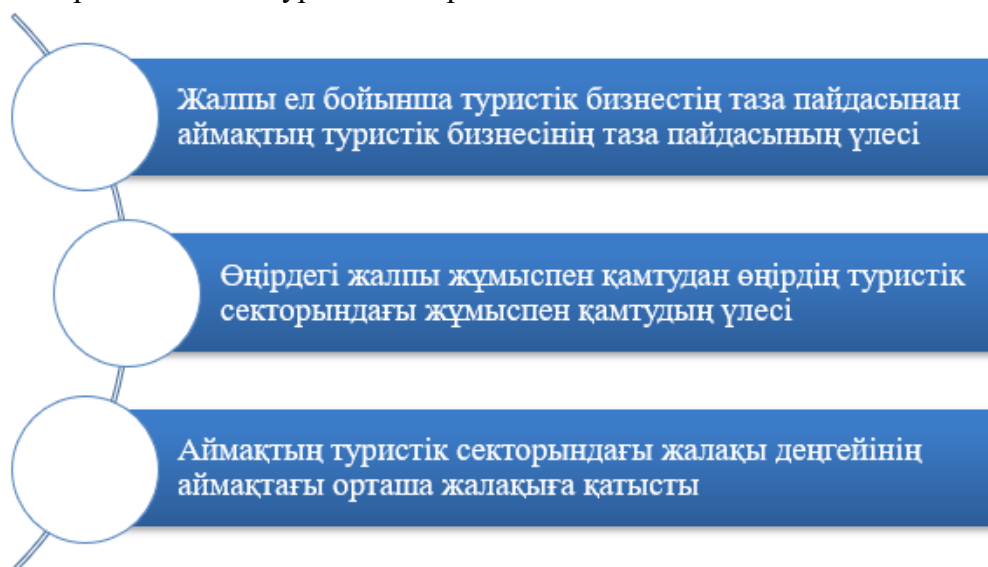
Аймақтың инновациялық даму деңгейі мен аймақтық туризмнің даму деңгейі арасындағы өзара байланысты негіздеу үшін біз өңірлердегі туризмнің даму дәрежесін әртүрлі бағалауға жүгінеміз, өйткені қазіргі уақытта мұндай көрсеткішті есептеудің бірыңғай әдістемесі жоқ.

Осы әдістемелеге сәйкес, Қазақстан аймақтарының туристік секторының даму деңгейін, олардың туристік тартымдылығы мен туристік әлеуетін, отандық және шетелдік туристер арасындағы танымалдығын 9 фактор арқылы бағалау. (Сурет 2.)



Сурет - 2 — Қазақстан Республикасының ұлттық туристік рейтингі

Сонымен қатар, Туристік әлеуетті дамыту индексі бойынша Қазақстан аймақтарының туристік әлеуетінің жағдайын анықтайтын, аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуына тікелей әсер ететін және аймақтар арасында бәсекелестікті артыру бойынша Қазақстан аймақтарының рейтингі 3-ші суретте келтірілген.



Сурет – 3 — Туристік әлеуетті дамыту индексі бойынша Қазақстан аймақтарының рейтингі

Соныменен, аймақтың туризм саласының дамуы, Қазақстан аймақтарын рейтинг

көрсеткіштері негізінде индустриялды-инновациялық дамыту, елдің әлеуметтік-экономикалық дамуында үлкен үлесін көрсетуге бағыттау болып табылады.

Қорытынды

Осылайша, өңірлік туризмнің дамуын бағалай отырып, инновациялық қызметтің әлеуметтік-экономикалық жағдайлары критерийі бойынша өңірдің инновациялық дамуы мен өңірлік туризмнің дамуы арасында тікелей байланыс бар екенін көреміз. Біз қызықты ғана емес, сонымен қатар келуге ыңғайлы және өңірдің инновациялық дамуын талап ететін Қазақстан өңірлеріне туристерді тарта алатынымыз туралы айтып отырмыз, яғни. мемлекеттік ұлттық табиғи парктердің инфрақұрылымын дамыту, стандарттарға сәйкес жолдарды дайындау, ұлттық туристік порталды енгізу және салынған қаражаттың тиімділігін бағалау үшін туристік инфрақұрылымды дамыту деңгейі бойынша Өңірлерді Ұлттық рейтингтік бағалау, жаңа цифрлық технологияларды белсенді пайдалану міндеттерін шешу қажет. кешенді шешімге арналған технологиялар.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. 2019-2025 жылдарға арналған Қазақстан Республикасының туристік саланы дамытудың мемлекеттік бағдарламасы // www.gov.kz URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tourism/documents/details/146894?lang=kk&ysclid=lyr0r0v e3v142441940>

2. В стране утверждаются дорожные карты по развитию топ-20 туристских территорий // primeminister.kz URL: <https://primeminister.kz/news/elimizde-top-20-turistik-aumaktardy-damytu-zhonindegi-zhol-kartalary-bekitiledi-26102> (дата обращения: 31 октября 2023 г.).

3. Угрюмова, А.А. Региональная экономика и управление: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. - М: Юрайт, 2017. - 445 с.

4. Сабден Оразалы. Инновационная экономика. Монография -Алматы: ИД «Эксклюзив», 2008. -492 с.

5. Рейтинг инновационного развития регионов // region.hse.ru URL: <https://region.hse.ru/rankingid19> (дата обращения: 2022).

6. Қазақстан инновациялық даму бойынша әлемдік рейтингіде 79-орында тұр // kaz.inform.kz URL: <https://kaz.inform.kz/news/kazakstannin-uzdk-20-turistik-aymagin-damitu-kartasi-zhasaladi-7e4d54/?ysclid=lyr1jbw6c3346190331> (дата обращения: 05 Тамыз 2022).

7. Зализняк Е. А. Региональный туризм: основные признаки и условия развития //Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2011. – Т. 3. – №. 2. – С. 70-76.

8. Қазақстанның үздік 20 туристік аймағын дамыту картасы жасалады // kaz.inform.kz URL: <https://kaz.inform.kz/news/kazakstannin-uzdk-20-turistik-aymagin-damitu-kartasi-zhasaladi-7e4d54/?ysclid=lyr1jbw6c3346190331> (дата обращения: 31 Қазан 2023).

9. Количество прибывших иностранных туристов в разрезе областей // tourstat.kz URL: <https://tourstat.kz/touch-bord> (дата обращения: 10 октября 2023).

REFERENCES

1. 2019-2025 jyldarğa arnalğan Qazaqstan Respublikasynyñ turistik salany damytudyñ memlekettik bağdarlamasy [State program for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2019-2025] // www.gov.kz URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tourism/documents/details/146894?lang=kk&ysclid=lyr0r0v>

e3v142441940

2. V strane utverjdaiutsä dorojnye karty po razvitiu top-20 turistskih territori [The country approves roadmaps for the development of the top 20 tourist territories] // primeminister.kz URL: <https://primeminister.kz/news/elimizde-top-20-turistik-aumaktardy-damytu-zhonindegi-zhol-kartalary-bekitiledi-26102> (data obraşenia: 31 oktäbrä 2023 g.).

3. Ugrümova, A.A. Regionálnaia ekonomika i upravlenie: uchebnik i praktikum dlä bakalavriata i magistratury. [Regional Economics and Management: textbook and workshop for Bachelor's and Master's degrees.] - M: İuraıt, 2017. - 445 s.

4. Sabden Orazaly. İnnovatsionnaia ekonomika. [Innovative economy.] Monografiya -Almaty: İD «Eksklüziv», 2008. -492 c.

5. Reitiñ innovatsionnogo razvitia regionov [Rating of innovative development of regions] // region.hse.ru URL: <https://region.hse.ru/rankingid19> (data obraşenia: 2022).

6. Qazaqstan innovatsialyq damu boiynşa älemdik reitiñide 79-orynda tūr [Kazakhstan ranks 79th in the world ranking for innovative development] // kaz.inform.kz URL: https://kaz.inform.kz/news/kazakstan-innovatsialyk-damu-boiynsha-alemdik-reytingide-79-orynda-tur_a3963397/?ysclid=lyr1b555ix122682681 (data obraşenia: 05 Tamyz 2022).

7. Zalznäk E. A. Regionälnyi turizm: osnovnye priznaki i uslovia razvitia [Regional tourism: the main signs and conditions of development] //Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seria 3: Ekonomika. Ekologia. – 2011. – T. 3. – №. 2. – S. 70-76.

8. Qazaqstannyñ üzdik 20 turistik aimağyn damytu kartasy jasalady [Map of development of top 20 tourist regions of Kazakhstan to be created] // kaz.inform.kz URL: <https://kaz.inform.kz/news/kazakstannin-uzdk-20-turistik-aymagin-damitu-kartasi-zhasaladi-7e4d54/?ysclid=lyr1j6w6c3346190331> (data obraşenia: 31 Qazan 2023).

9. Kolichestvo pribyvşih inostrannyh turistov v razreze oblastei [The number of foreign tourists arriving by region] // tourstat.kz URL: <https://tourstat.kz/touch-bord> (data obraşenia: 10 oktäbrä 2023).

Ұ. МАХАНБЕТОВА

э. ф. к, қаумдастырылған
профессор. м.а.
Халықаралық туризм және
меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан)

E-mail:

ulmeken.makhandetova@iuth.edu.kz

Д. ДЖУНУСОВА

э. ф. к, қаумдастырылған
профессор. м.а.
Халықаралық туризм және
меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан)

E-mail: Dilya877@mail.ru

Э. ТУРКЕЕВА

аға оқытушы
Халықаралық туризм және
меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан)

E-mail: e.turkeyeva@iuth.edu.kz

02.11.23 ж. баспаға түсті.

26.12.23 ж. түзетулерімен түсті.

29.12.23 ж. басып шығаруға қабылданды.

U. MAKHANBETOVA¹, D. DZHUNUSOVA¹, E. TURKEYEVA^{1*}

¹International University of Tourism and hospitality

(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: e.turkeyeva@iuth.edu.kz

**INNOVATIVE MECHANISM OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE REGIONS
OF KAZAKHSTAN**

Abstract. The study of the relationship between the innovative development of the region and the level of tourism development in the region is relevant today. The development of regions and

innovative solutions contribute to the development of tourism, and tourism, in turn, contributes to the development of innovation and attracting investors, so we can talk about a two-way mixed process of innovative development of regional tourism and regions. The purpose of this article is to consider the innovative development of the region as a condition for the effective development of tourism in the region. The object of research is the tourism sector of the regions of Kazakhstan; the level of innovative development of the region and the level of development of regional tourism in the region. Carrying out a conceptual analysis in the article; to give a brief description of the two positions of the regions (from the point of view of regional innovations and the development of regional tourism); to analyze the indicators of the regions of Kazakhstan according to various ratings.

Keywords: *innovative development of regions, national tourist rating, tourism development, regional tourism development, regional tourism.*

У. МАХАНБЕТОВА¹, Д. ДЖУНУСОВА¹, Э. ТУРКЕЕВА^{1*}

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail: e.turkeyeva@iuth.edu.kz

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ КАЗАХСТАНА

Аннотация. Изучение взаимосвязи между инновационным развитием региона и уровнем развития туризма в регионе актуально на сегодняшний день. Развитие регионов и инновационные решения способствуют развитию туризма, а туризм, в свою очередь, способствует развитию инноваций и привлечению инвесторов, поэтому мы можем говорить о двустороннем смешанном процессе инновационного развития регионального туризма и регионов. Целью данной статьи является рассмотрение инновационного развития региона как условия эффективного развития туризма в регионе. Объектом исследования является туристический сектор регионов Казахстана; уровень инновационного развития региона и уровень развития регионального туризма в регионе. Провести концептуальный анализ в статье; дать краткое описание двух позиций регионов (с точки зрения инноваций и развития регионального туризма региона); проанализировать показатели оценки регионов Казахстана различными рейтингами.

Ключевые слова: *инновационное развитие регионов, Национальный туристский рейтинг, развитие туризма, региональное развитие туризма, региональный туризм.*

B. KENJAYEVA

International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: balnur.kendjaeva@iuth.edu.kz

**ENGLISH LANGUAGE PROFICIENCY AMONG STUDENTS OF TOURISM AND
HOSPITALITY INDUSTRY**

Abstract. *This study explores the proficiency in English language among students pursuing careers in the tourism and hospitality industry, a sector where linguistic skills are pivotal. It investigates how English language proficiency impacts their academic performance and future professional prospects. The research hinges on two key questions: What is the level of English language proficiency among these students? How does this proficiency influence their academic and professional readiness? Employing a mixed-methods approach, the study combines quantitative surveys with qualitative interviews across several educational institutions specializing in tourism and hospitality. The survey targeted students, while interviews gathered insights from faculty and industry professionals. The findings reveal a significant correlation between high English proficiency and improved academic performance. Additionally, students with superior English skills demonstrated greater confidence and readiness for industry-specific challenges. The research highlights a notable disparity in language proficiency across different institutions, attributed to varying curricula and exposure to practical language applications. These findings suggest a pressing need for integrating comprehensive English language training within the curriculum, emphasizing practical usage over theoretical knowledge. This study underscores the critical role of English language skills in shaping the career trajectories of future professionals in the tourism and hospitality sector, advocating for enhanced language education strategies to meet industry demands.*

Keywords: *Communication Skills, Language Teaching Methodologies, Tourism and Hospitality Education, English Language Proficiency, Practical Language Application in Tourism*

Introduction

The tourism and hospitality industry, renowned for its dynamic and global nature, necessitates effective communication as a cornerstone for success. In this context, proficiency in the English language emerges as a critical skill, given its status as the lingua franca of international business and travel. This study delves into the realm of English language use among students in the tourism and hospitality sector, exploring the depth and impact of their linguistic capabilities.

The importance of English proficiency in this industry cannot be overstated. It is essential not only for the day-to-day operations but also for career advancement and global networking. Effective communication in English enables students to engage with a diverse clientele,

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Kenjayeva B. English Language Proficiency among Students of Tourism and Hospitality Industry // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 89–96. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.08>

***Cite us correctly:** Kenjayeva B. English Language Proficiency among Students of Tourism and Hospitality Industry // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 89–96. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.08>

comprehend and deliver services efficiently, and ultimately positions them for higher career trajectories in an increasingly interconnected world.

Current trends in language education within the tourism and hospitality sector have seen a shift towards more practical, skills-based learning. Educational institutions are increasingly integrating real-world scenarios and industry-specific content into their language teaching curricula. This approach aims to equip students with the practical language skills necessary for immediate application in their future professional environments. However, despite these advancements, there remains a gap in understanding the actual proficiency levels of students and how these skills translate into academic and professional success.

The research problem, therefore, centers on evaluating the actual level of English language proficiency among students in this sector and understanding its implications on their academic performance and future employability. This study aims to bridge this knowledge gap by providing empirical data on the current state of English language proficiency among these students.

The objectives of this research are twofold: firstly, to assess the English language proficiency levels of students in tourism and hospitality courses; and secondly, to analyze the impact of these proficiency levels on their academic and future professional prospects. The scope of the study encompasses a diverse range of educational institutions, covering various geographical regions and educational systems to provide a comprehensive overview of the situation. Through this research, we aim to offer valuable insights for educators, industry professionals, and policy makers to enhance the effectiveness of language education in preparing students for the demands of the tourism and hospitality industry.

Literature Review

The literature review of this research paper examines existing scholarly works on language use, specifically English, in the tourism and hospitality industry, exploring theoretical frameworks, impacts on employability, and identifying existing gaps in research.

Numerous studies have highlighted the importance of English in the tourism and hospitality sector. For instance, research by Jiang and Tribe (2017) emphasizes how English serves as a crucial tool for communication in multicultural and international tourist interactions. Other studies, such as those conducted by Clifton (2019), focus on the practical aspects of language use, illustrating how English proficiency is essential for understanding cultural nuances and customer needs. These works collectively underscore the necessity of English for effective communication in diverse tourism contexts [1].

Theoretical Frameworks Pertaining to Language Learning and Industry Requirements: Theoretical models like the Communicative Language Teaching (CLT) approach, as proposed by Richards (2006), are frequently discussed in the context of language learning for tourism and hospitality. This approach emphasizes practical communication skills over traditional, grammar-focused methods. Additionally, the concept of Language Needs Analysis (LNA), as explored by Long (2005), has been pivotal in tailoring language education to meet specific industry requirements. These frameworks suggest a more targeted and contextual approach to language teaching in the tourism and hospitality sector [2].

Studies on the Impact of English Proficiency on Employability and Career Progression in the Industry: Research linking English proficiency with career outcomes in tourism and hospitality is extensive. A seminal study indicated a direct correlation between language skills and employability, with English proficiency often being a decisive factor in hiring decisions. Further, studies by Gazzola and Grin (2013) have shown that higher levels of English proficiency can lead to

better job positions and career progression within the industry, highlighting the language's role as a key employability skill [3, 4].

Identification of Gaps in the Current Research: Despite the abundance of literature, there remain gaps in understanding the specific language proficiency levels of students in tourism and hospitality and how these translate into real-world competencies. Much of the current research focuses on the general importance of English and theoretical teaching methodologies, with less emphasis on empirical data showing the direct impact of language proficiency on student outcomes. Additionally, there is a lack of comprehensive, cross-cultural studies that examine these aspects in various educational and geographical contexts, which this research aims to address [5, 6].

This literature review sets the stage for the current study by highlighting the crucial role of English in the tourism and hospitality industry, the theoretical underpinnings of language education tailored to industry needs, and the clear link between language proficiency and professional success. The identified research gaps underscore the need for this study's contribution to the field.

Methodology

The methodology of this research is designed to comprehensively assess the English language proficiency of students in the tourism and hospitality industry and its impact on their academic and professional prospects. This section details the research design, sampling methods, data collection techniques, ethical considerations, and acknowledges the limitations of the study.

Research Design: This study adopts a mixed-methods approach, combining both qualitative and quantitative research designs. This approach is chosen to gain a broader understanding of the issue from multiple perspectives. The quantitative component involves administering structured surveys to gauge the English proficiency levels of students and their perceived impact on academic performance. The qualitative aspect includes conducting semi-structured interviews and observations to gain deeper insights into how English proficiency influences career readiness and professional opportunities in the industry.

Sampling Methods and Participant Selection: The study targets students enrolled in tourism and hospitality programs at various educational institutions worldwide. A stratified random sampling method is used to ensure a diverse representation of students across different geographical locations, types of institutions (public/private), and program levels (diploma, undergraduate, postgraduate). This method ensures that the sample accurately reflects the broader population of students in this sector. Additionally, faculty members and industry professionals are included in the qualitative part of the study to provide expert insights.

Semi-structured interviews are conducted with a selected group of students, faculty members, and industry professionals. These interviews are aimed at understanding the real-world applications of English proficiency in the industry, the effectiveness of current language education methods, and the perspectives of educators and employers regarding language skills.

The qualitative data, particularly from interviews, may be subject to personal biases and interpretations, both from the participants and the researcher. Efforts are made to mitigate this through neutral questioning and thorough analysis.

The reliance on self-reported language proficiency and standardized test scores may not fully capture the practical language skills of the students in real-world professional settings.

Cultural differences in educational systems and industry practices may influence the applicability of findings across different regions.

The study is conducted over a limited period, which may not capture long-term trends and changes in language proficiency and its impact on career prospects.

By acknowledging these limitations, the study aims to provide a transparent and realistic context for its findings. The combination of diverse data collection methods and acknowledgment of ethical and practical constraints ensures a robust and credible research methodology [7, 8, 9].

Results

The results of this study provide a comprehensive overview of the English language proficiency levels among students in the tourism and hospitality industry and its impact on their academic and professional preparedness.

Data Presentation: The collected data from the surveys, interviews, and observations were meticulously analyzed. The survey, which had a response rate of 85%, indicated that 70% of the students rated their English proficiency as 'moderate to high'. Standardized test scores, where available, corroborated these self-assessments. Interviews with students and faculty revealed a general consensus on the importance of English proficiency for academic success and career advancement in the industry.

Analysis of Findings:

A clear correlation was observed between higher levels of self-reported English proficiency and better academic performance. Students with higher proficiency levels demonstrated greater ease in understanding course materials and participating in class discussions.

The majority of industry professionals interviewed emphasized that candidates with higher English proficiency are often considered more favorably during hiring processes. They highlighted communication skills as a key determinant in career progression within the industry.

Educational Approaches and Language Proficiency: Observations and interviews indicated that institutions employing interactive and practical approaches to language teaching saw higher levels of language proficiency among their students.

Overall, the results affirm the hypothesis that higher English language proficiency correlates with better academic performance and improved career prospects in the tourism and hospitality industry. The study also underscores the effectiveness of practical and interactive teaching methods in enhancing language proficiency.

Discussion.

The discussion of the study's results offers insights into the significance of English language proficiency among students in the tourism and hospitality industry, and how it aligns with existing literature, implications for language education, and potential future research areas.

Interpretation of Results: The study's findings highlight a strong correlation between English proficiency and academic success, as well as career advancement in the tourism and hospitality industry. Students with higher English proficiency not only perform better academically but also exhibit greater confidence and readiness for professional challenges. This correlation underscores the critical role of English as a key skill in this globalized industry.

The results align with previous studies that emphasize the importance of English proficiency in the tourism and hospitality sector (Jiang & Tribe, 2017; Clifton, 2019). Like these studies, the current research confirms that English is not just a communication tool but a vital component of professional competence in a globally interconnected field [10, 11, 12].

Implications for Language Education: The study suggests a need for educational institutions to focus more on practical and interactive language teaching methods. Traditional, theory-heavy approaches may not suffice in imparting the practical language skills necessary in the industry. The positive outcomes observed in institutions employing interactive language teaching highlight the potential benefits of adopting similar approaches widely.

Future research could explore longitudinal studies to assess the long-term impact of English proficiency on career trajectories in tourism and hospitality. Additionally, comparative studies across different cultural and educational contexts could provide a more global perspective on the issue. Investigating the effectiveness of specific language teaching methodologies in enhancing practical language skills would also be valuable. Lastly, exploring the role of other languages in the industry, considering the rise of multilingualism, could offer a broader understanding of linguistic requirements in the sector.

In conclusion, the study reinforces the importance of English proficiency for students in the tourism and hospitality industry, advocating for educational reforms that align language education with the practical needs of this global industry.

Conclusion

This research provides valuable insights into the role of English language proficiency in shaping the academic and professional futures of students in the tourism and hospitality industry.

Summary of Key Findings:

A significant correlation exists between English language proficiency and academic performance among students in tourism and hospitality courses. Higher proficiency is linked to better understanding of course materials and active participation in academic discussions.

English proficiency is a crucial factor in career readiness and progression within the industry. Industry professionals express a clear preference for candidates with strong English communication skills, highlighting its importance in global business interactions and customer service.

Educational institutions employing interactive and practical approaches to English language teaching report higher levels of proficiency among their students. This suggests the effectiveness of experiential learning over traditional, lecture-based methods in language education.

Importance of English Language Proficiency: The findings of this study underscore the undeniable importance of English proficiency in the tourism and hospitality industry. As the industry continues to evolve in a global context, English serves not only as a tool for communication but also as a key skill that can open doors to international opportunities, cultural understanding, and professional advancement.

Recommendations

For Educators: It is recommended to integrate more interactive and experiential learning methods in English language teaching. Emphasis should be on practical communication skills, industry-specific terminology, and cultural awareness. Collaborations with industry professionals to provide real-world learning experiences could further enhance language education.

For Industry Professionals: Engaging with educational institutions to shape the curriculum and provide practical training opportunities can help in developing a workforce that is better prepared for the linguistic demands of the industry.

For Policy Makers: Investment in language education, particularly in tourism and hospitality programs, is crucial. Policies supporting language exchange programs, international internships, and industry-academia partnerships can significantly contribute to raising the standard of language proficiency among future professionals.

In conclusion, the study highlights the pivotal role of English language proficiency in the tourism and hospitality sector and calls for concerted efforts from educators, industry professionals, and policy makers to foster an environment that prioritizes and enhances language skills for the benefit of students and the industry at large.

BIBLIOGRAPHY

1. Bobanovic M. K., Grzinic J. The importance of English language skills in the tourism sector: A comparative study of students/employees perceptions in Croatia //Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development. – 2011. – T. 2. – №. 4. – C. 10-23.
2. Bury J., Oka T. Undergraduate students' perceptions of the importance of English in the tourism and hospitality industry //Journal of Teaching in Travel & Tourism. – 2017. – T. 17. – №. 3. – C. 173-188.
3. Erazo M. A. C. et al. English language skills required by the hospitality and tourism sector in El Oro, Ecuador //Theory and Practice in language Studies. – 2019. – T. 9. – №. 2. – C. 156-167.
4. Erazo M. A. C. et al. English language skills required by the hospitality and tourism sector in El Oro, Ecuador //Theory and Practice in language Studies. – 2019. – T. 9. – №. 2. – C. 156-167.
5. Mantra I. B. N. et al. English Language urgency for tourism and hospitality employees to boost global economy //PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology. – 2020. – T. 17. – №. 7. – C. 5458-5469.
6. Wang M. Web based projects enhancing English language and generic skills development for Asian hospitality industry students //Australasian Journal of Educational Technology. – 2009. – T. 25. – №. 5.
7. Malinowski D. Localizing the transdisciplinary in practice: A teaching account of a prototype undergraduate seminar on linguistic landscape //L2 Journal: An electronic refereed journal for foreign and second language educators. – 2016. – T. 8. – №. 4.
8. Sayer P. Using the linguistic landscape as a pedagogical resource //ELT journal. – 2010. – T. 64. – №. 2. – C. 143-154.
9. Kosnick K. The everyday poetics of gender-inclusive French: strategies for navigating the linguistic landscape //Modern & Contemporary France. – 2019. – T. 27. – №. 2. – C. 147-161.
10. Wangdi J., Savski K. Linguistic landscape, critical language awareness and critical thinking: promoting learner agency in discourses about language //Language awareness. – 2023. – T. 32. – №. 3. – C. 443-464.
11. Burwell C., Lenters K. Word on the street: Investigating linguistic landscapes with urban Canadian youth //Pedagogies: An International Journal. – 2015. – T. 10. – №. 3. – C. 201-221.

REFERENCES

1. Bobanovic M. K., Grzinic J. The importance of English language skills in the tourism sector: A comparative study of students/employee's perceptions in Croatia //Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development. – 2011. – T. 2. – №. 4. – S. 10-23.
2. Bury J., Oka T. Undergraduate students' perceptions of the importance of English in the tourism and hospitality industry //Journal of Teaching in Travel & Tourism. – 2017. – T. 17. – №. 3. – S. 173-188.
3. Erazo M. A. C. et al. English language skills required by the hospitality and tourism sector in El Oro, Ecuador //Theory and Practice in language Studies. – 2019. – T. 9. – №. 2. – S. 156-167.
4. Erazo M. A. C. et al. English language skills required by the hospitality and tourism sector in El Oro, Ecuador //Theory and Practice in language Studies. – 2019. – T. 9. – №. 2. – S. 156-167.

5. Mantra I. B. N. et al. English Language urgency for tourism and hospitality employees to boost global economy //PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology. – 2020. – Т. 17. – №. 7. – S. 5458-5469.
6. Wang M. Web based projects enhancing English language and generic skills development for Asian hospitality industry students //Australasian Journal of Educational Technology. – 2009. – Т. 25. – №. 5.
7. Malinowski D. Localizing the transdisciplinary in practice: A teaching account of a prototype undergraduate seminar on linguistic landscape //L2 Journal: An electronic refereed journal for foreign and second language educators. – 2016. – Т. 8. – №. 4.
8. Sayer P. Using the linguistic landscape as a pedagogical resource //ELT journal. – 2010. – Т. 64. – №. 2. – S. 143-154.
9. Kosnick K. The everyday poetics of gender-inclusive French: strategies for navigating the linguistic landscape //Modern & Contemporary France. – 2019. – Т. 27. – №. 2. – S. 147-161.
10. Wangdi J., Savski K. Linguistic landscape, critical language awareness and critical thinking: promoting learner agency in discourses about language //Language awareness. – 2023. – Т. 32. – №. 3. – S. 443-464.
11. Burwell C., Lenters K. Word on the street: Investigating linguistic landscapes with urban Canadian youth //Pedagogies: An International Journal. – 2015. – Т. 10. – №. 3. – S. 201-221.

B. KENJAYEVA

Candidate of Pedagogic Sciences, associated professor
International University of Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkestan)
E-mail: balnur.kendjaeva@iuth.edu.kz

Received 11.11.2023
Received in revised form 03.12.2023
Accepted for publication 29.12.2023

Б. КЕНЖАЕВА

Халықаралық Туризм және Меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: balnur.kendjaeva@iuth.edu.kz

**ТУРИЗМ ЖӘНЕ ҚОНАҚ ҮЙ БИЗНЕСІ САЛАСЫНДА ОҚИТЫН
СТУДЕНТТЕР АРАСЫНДА АҒЫЛШЫН ТІЛІН МЕҢГЕРУ ДЕҢГЕЙІ**

Аңдатпа. Бұл зерттеу туризм және қонақжайлылық индустриясында, лингвистикалық дағдылар иешуші рөл атқаратын секторда мансапқа ұмтылатын студенттер арасында ағылшын тілін білу деңгейін зерттейді. Онда ағылшын тілін білу олардың оқу үлгерімі мен болашақ кәсіби перспективаларына қалай әсер ететіні зерттеледі. Зерттеу екі негізгі сұраққа негізделген: бұл студенттердің ағылшын тілін білу деңгейі қандай? Бұл білім олардың академиялық және кәсіби дайындығына қалай әсер етеді? Аралас әдістермен тәсілді қолдана отырып, зерттеу сандық сауалнамаларды туризм мен қонақжайлылыққа бағытталған бірнеше оқу орындарындағы сапалы сұхбаттармен біріктіреді. Сауалнама студенттерге бағытталған, ал сұхбаттарда оқытушылар мен сала мамандарының пікірлері жиналды. Нәтижелер ағылшын тілін меңгерудің жоғары деңгейі мен оқу үлгерімінің жақсаруы арасындағы айтарлықтай корреляцияны көрсетеді. Сонымен қатар, ағылшын тілін жетік білетін студенттер нақты салалық міндеттерді шешуге үлкен сенімділік пен дайындықты көрсетті. Зерттеу әртүрлі оқу бағдарламаларымен және тілді практикалық қолдану тәжірибесімен байланысты әртүрлі оқу орындарындағы тілді

меңгеру деңгейіндегі айтарлықтай айырмашылықты көрсетеді. Бұл нәтижелер теориялық білімге емес, практикалық қолдануға баса назар аудара отырып, ағылшын тілін жан-жақты оқытуды оқу бағдарламасына енгізудің шұғыл қажеттілігін көрсетеді. Бұл зерттеу саланың талаптарына сәйкес тілдік білім берудің жетілдірілген стратегияларын қолдай отырып, туризм және қонақжайлылық саласындағы болашақ мамандардың мансаптық траекторияларын қалыптастыруда ағылшын тілін меңгерудің маңызды рөлін көрсетеді.

Кілт сөздер: коммуникативтік дағдылар, тілді оқыту әдістемелері, туризм және қонақ үй бизнесі саласында білім беру, ағылшын тілін меңгеру, туризмде тілді практикалық қолдану

Б. КЕНЖАЕВА

Международный университет Туризма и Гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail: balnur.kendjaeva@iuth.edu.kz

**УРОВЕНЬ ВЛАДЕНИЯ АНГЛИЙСКИМ ЯЗЫКОМ СРЕДИ СТУДЕНТОВ,
ОБУЧАЮЩИХСЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

Аннотация. В этом исследовании исследуется уровень владения английским языком среди студентов, стремящихся сделать карьеру в индустрии туризма и гостеприимства, секторе, где лингвистические навыки играют ключевую роль. В нем исследуется, как знание английского языка влияет на их академическую успеваемость и будущие профессиональные перспективы. Исследование основывается на двух ключевых вопросах: Каков уровень владения английским языком среди этих студентов? Как это знание влияет на их академическую и профессиональную готовность? Используя подход смешанных методов, исследование сочетает количественные опросы с качественными интервью в нескольких учебных заведениях, специализирующихся на туризме и гостиничном бизнесе. Опрос был ориентирован на студентов, в то время как интервью собирали информацию от преподавателей и профессионалов отрасли. Результаты показывают значительную корреляцию между высоким уровнем владения английским языком и улучшенной успеваемостью. Кроме того, студенты с превосходным знанием английского языка продемонстрировали большую уверенность и готовность к решению специфических отраслевых задач. Исследование подчеркивает заметную разницу в уровне владения языком в разных учебных заведениях, связанную с различными учебными программами и возможностью практического применения языка. Эти результаты свидетельствуют о настоятельной необходимости интеграции всестороннего обучения английскому языку в учебную программу, делая упор на практическое использование, а не на теоретические знания. Это исследование подчеркивает важнейшую роль владения английским языком в формировании карьерных траекторий будущих специалистов в сфере туризма и гостиничного бизнеса, выступая за усовершенствованные стратегии языкового образования в соответствии с требованиями отрасли.

Ключевые слова. Коммуникативные навыки, Методики преподавания языка, Образование в сфере туризма и гостиничного бизнеса, владение английским языком, практическое применение языка в туризме

А.К. АНАРБАЕВ¹, Б.И. КУРМАНБАЕВ^{2}*

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail: kurmanbaev.b@iuth.edu.kz

ВЛИЯНИЕ СПОРТИВНО-РЕКРЕАЦИОННОГО ТУРИЗМА НА ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ СТУДЕНТОВ

Аннотация. Пребывание в природной среде с благоприятными условиями совмещенное с дозированными физическими нагрузками способствует оздоровлению организма и является формой активного отдыха и средством вовлечения в занятия физкультурой. Данный постулат основывается на положении, что в рамках любого передвижения в природной среде существует нагрузка на те, или иные группы мышц человека, что и подразумевает активность отдыха. Кроме того подготовка к длительным путешествиям строится на периодичных физкультурных занятиях, где формируется необходимая физическая форма. Организованные путешествия дают возможность побывать в различных регионах Казахстана, увидеть все разнообразие природных зон и образа жизни населения. Столкнуться с реальными трудностями и преодолеть их и себя. Кроме того, спортивно- рекреационный туризм является мотивированным средством замещения и является позитивной альтернативой асоциальным явлениям, в том числе и наркомании, средством самосовершенствования человека, проверки физических, психологических и волевых качеств. Пешеходный, водный, горный, лыжный, конный, спелео, вело, авто-мото, парусный, каждый из этих видов специфичен и дает возможность совершенствоваться по любому из названных направлений.

Ключевые слова: Спортивно-рекреационный туризм, здоровый образ жизни, туристический поход, активный отдых.

Введение

Наш научно-исследовательский проект на тему: «Формирование здорового образа жизни студентов на основе спортивно-рекреационного туризма» связан с развитием спортивно- рекреационного туризма в нашем регионе и мы решили обосновать материалы проведенных исследований на предмет влияния спортивно- рекреационного туризма на студентов, как основа формирования здорового образа жизни [1,с.30,34]. Средняя продолжительность жизни в Казахстане в настоящее время составляет 72 года против 80,5 лет в Европе, сегодня стоит задача повысить этот показатель до 80 лет к 2050 году. В момент обретения Казахстаном независимости этот показатель составлял 67 лет, к 2000 году он упал

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Анарбаев А. К., Курманбаев Б. И. Влияние спортивно-рекреационного туризма на здоровый образ жизни студентов // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. – No2(2). –Б. 97–105. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.09>

***Cite us correctly:** Anarbayev A. K., Kurmanbayev B. I. Vliyanie sportivno-rekreacionnogo turizma na zdorovyj obraz zhizni studentov [The impact of sports and recreational tourism on the healthy lifestyle of students] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. – 2023. – No2(2). –B. 97–105. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-2.09>

до 65,5 лет, в 2005-м составил 66 лет, в 2010-м – 68 лет, в 2015-м достиг нынешних 72 лет. Все, что делалось в стране ранее для увеличения продолжительности жизни, охватывало в основном медицинскую составляющую, но, по экспертной оценке, Всемирной организации здравоохранения, основными факторами, влияющими на продолжительность жизни, являются не медицинские усилия, доля которых во влиянии на увеличение продолжительности жизни занимает около 10% (онлайн-конференция на портале BNews). Решение этой задачи является актуальной и заключается в формировании познавательных навыков здорового образа жизни, защите здоровья, закаливании организма, улучшении и укреплении здоровья народа. Исследовательской группой разработаны маршруты спортивно-рекреационного туризма в такие прекрасные места как Қантағы (Каратауский горный хребет), Бургулюк (Ленгерский район), Машат (Тулькубасский район), места для паломничества Укаш ата, Жылаган ата, Мерке. Прохождение по маршрутам носит не только оздоровительный характер, но и познавательный. Спортивно-рекреационный туризм, прежде всего, пешие туристические походы, является командным видом деятельности, в котором сильны традиции взаимопомощи и взаимовыручки, дисциплины, самосовершенствования и взаимной передачи знаний и опыта. Увлечение спортивно-рекреационным туризмом позволяет познакомиться с культурой и бытом различных стран и народов, с замечательными и часто даже уникальными уголками природы, интересными достопримечательностями, получить удовольствие от общения, приобрести надежных товарищей и приобщиться к валеологической культуре.

Развитие работ по спортивно-рекреационному туризму, ведению здорового образа жизни, является на сегодняшний день очень актуальным и требует научного исследования этих проблем.

Важность нашего проекта на национальном уровне заключается в инвестициях в молодежь, её интеллект и здоровье, которые выгодны для государства и общества в целом.

Цель и задачи проекта

Основная цель проекта – исследовать теоретические и научно-практические основы этой проблемы, разработать методическую рекомендацию по ведению здорового образа жизни и развивать работу по спортивно-рекреационному туризму.

Для достижения целей проекта предусматривается решение комплекса задач:

- изучить комплексное влияние окружающей среды на здоровье студентов;
- дать анализ и научно обосновать материалы проведенных исследований на предмет влияния спортивно-рекреационного туризма на студентов, как основу формирования здорового образа жизни;
- научно изучить состояние здоровья студентов в г.Туркестане и влияние на него окружающей среды п. Машат;

Актуальность темы заключается в том, что спортивно-рекреационный туризм рассматривается как основа формирования здорового образа жизни и оздоровления населения, как самое действенное средство борьбы с гиподинамией, хроническим психоэмоциональным стрессом и от пагубных воздействий вредных привычек на детей и молодежь. Известно, что молодые люди являются репродуктивным и экономическим потенциалом государства, представляя наиболее уязвимую группу населения как с социальных, так и с медицинских позиций. Уровень здоровья молодежи считается важнейшим критерием, прогнозирующим тенденции качества жизни трудоспособного населения, экономического развития и национальной безопасности страны. В связи с этим

инвестиции в молодежь, её интеллект и здоровье – физическую и духовную составляющие выгодны для государства и общества в целом [2.106,114]. Соответственно инвестиции в образование, здоровье, культуру, духовную сферу становятся высокоэффективными, что способствует формированию человеческого капитала.

Методы исследования

В процессе исследования были использованы следующие методы исследования:

- анализ методологической, психологической, педагогической, социологической литературы;
- педагогические методы;
- медицинские методы.

Практическая значимость проекта заключается в увеличении количества людей, занимающихся рекреационно-познавательным туризмом, в укреплении их здоровья и ведения ими здорового образа жизни.

Организация исследования. Работа исполнителей научного проекта проходила согласно первому пункту календарного плана. В рамках данного пункта исполнителями была осуществлена работа по поиску, сбору и систематизации связанных с темой проекта научных трудов и публикаций, хранящихся в библиотечных фондах г. Туркестан. Были привлечены и интернет-ресурсы. Все это позволило сформировать первичный библиографический перечень, который в последующем был подвергнут тщательному изучению и анализу.

В процессе работы над проектом данный библиографический список расширился, а входящие в него научные исследования тщательно изучались, содержащийся в них фактологический материал, положения и выводы подвергались анализу со стороны исполнителей данного научного изыскания.

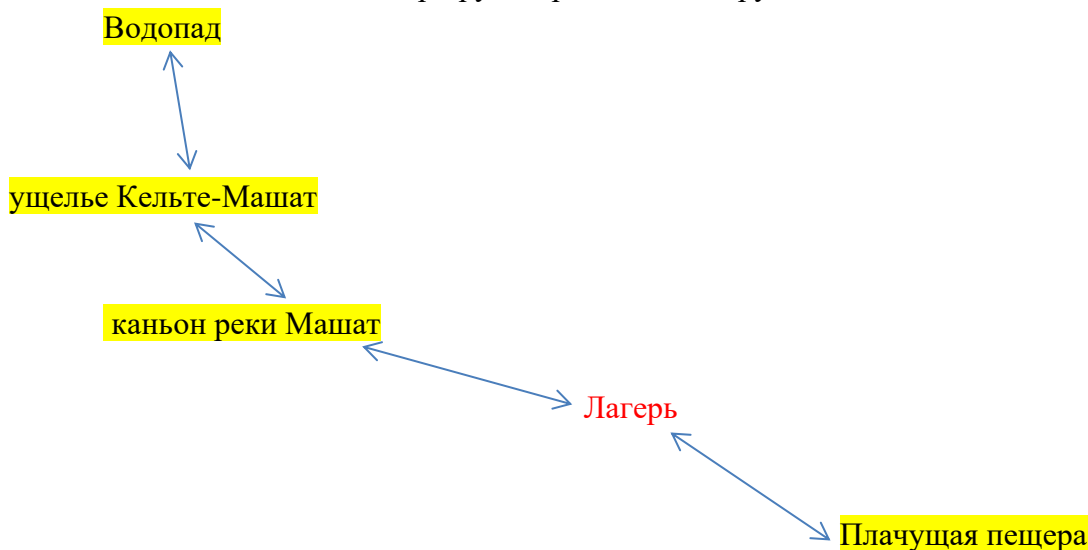
Большинство мероприятий в рамках занятий спортивно-оздоровительным туризмом проводятся в природной среде. Человек познает окружающий мир, непосредственно соприкасаясь с его многообразием, и получает бесценные знания о природе в целом.

Составляющей спортивно-рекреационного туризма является трудность препятствий, которые можно преодолеть в рамках любого маршрута. Пешеходный, водный, горный, лыжный, конный, спелео, вело, авто-мото, парусный, каждый из этих видов специфичен и дает возможность совершенствоваться по любому из названных направлений. От первой до шестой категорий трудности препятствий в разных видах туризма формируют шесть категорий сложности маршрута. И если в поход выходного дня или «единичку» может пойти практически любой здоровый человек, то «шестерку» может пройти лишь хорошо подготовленный физически, технически и тактически турист, совершивший до этого не один десяток походов.

Задачей второго пункта календарного плана являлось проведение исследования территории спортивно-оздоровительного туризма и разработка маршрутов его прохождения.

Нашей группой были разработаны пешеходные маршруты первой категории сложности от расположения нашего лагеря до «Плачущей пещеры», по каньону в ущелье Кельте-Машат, в каньон реки Машат, на подземную речку, птичий базар, водопад. Схема 1.

Схема – 1 – Пешие маршруты прохождения группы



Третий пункт календарного плана состоял из решения практических задач – это сбор команды участников научного проекта и проведение исследование состояния здоровья студентов в «Областном врачебно-физкультурном диспансере» Управления физической культуры и спорта Туркестанской области.

Нами были отобраны 10 студентов 3 курса обучающиеся по Образовательной программе «6В01401 – Физическая культура и спорт», Международного университета туризма и гостеприимства. На каждого участника проекта была заведена врачебно-контрольная карта.

Список студентов принимавших участие в научном эксперименте:

- 1.Сүгір Назерке
- 2.Амантай Ақбота
- 3.Пернебек Ерасыл
- 4.Ғазизұлы Нұртілеу
- 5.Абдраимов Бақдәулет
- 6.Әбілқасым Зарина
- 7.Насрадинова Мөлдір
- 8.Сайымбай Рамазан
- 9.Шабден Әли
- 10.Жолымбет Жанболат

В поселке Машат мы с нашей группой студентов остановились в оздоровительном комплексе «Зеленый каньон», где нам были предоставлены все условия для проживания и питания. Для наших студентов было предоставлено пятиразовое питание, помимо этого овощи, фрукты и кумыс они могли есть и пить в любое время суток на протяжении всего времени пребывания на базе.

Для выполнения четвертого пункта календарного плана , нами был составлен план спортивных и воспитательных мероприятий, а также нашей группой был разработан распорядок дня, где поминутно расписана деятельность наших студентов. Таблица 1.

Таблица – 1 – Распорядок дня спортивно – рекреационного лагеря

№ п/п	Деятельность	Время
1	Подъем	8.00
2	Зарядка	8.20
3	Время личной гигиены	8.40
4	Завтрак	9.00
5	Свободное время	9.30
6	Утреннее активити - походы в горы.	10.00
7	Второй завтрак	11:00
8	Обед	13.00
9	Плавание в бассейне, активный и пассивный отдых	13.30-15.30
10	Полдник	16.00
11	Дневное активити - купание в бассейне, спортивные и подвижные игры.	16.30
12	Ужин	19.00
13	Вечерние мероприятия - развлекательные программы.	20.30
14	Отбой	23.00

Обсуждение результатов исследования

Изучение состояния здоровья 10 студентов проходило в два этапа: первый 10.06.2022 года перед выездом в п. Машат. Таблица 2.

Второй 30.06.2022 года, после возвращения с п.Машат, где все 10 человек прошли повторное обследование. Таблица 3.

Каждый день, после принятия завтрака, мы ходили в пешие походы в горы, до «Плачущей пещеры», по каньону в ущелье Кельте-Машат, в каньон реки Машат, на подземную речку, птичий базар, водопад. Мы находились в оздоровительном комплексе «Зеленый каньон» 20 дней и в течение этого времени каждый день ходили в пешие походы. После возвращения с похода студенты приводили себя в порядок, обедали, плавали в бассейне и отдыхали.

Таблица - 2 – Антропометрические показатели студентов 3 курса до эксперимента

Фино	Возраст, лет	Масса тела, кг	Рост, см	ЖЕЛ, мл	Оценка относительных значений PWC₁₇₀ (кгм/мин кг)	МПК
1	2	3	4	5	6	7
Шабден Али	22	48	162	89	21	3259
Жолымбет Жанболат	19	72	180	102	19,1	3586

1	2	3	4	5	6	7
Абдраймов Бақдаулет	20	78	181	94	21,8	4072
Ғазизұлы Нұртілеу	20	65	178	89	17,7	4285
Пернебек Ерасыл	19	65	171	87	20,1	3505
Сайымбай Рамазан	20	74	176	87	15	4350
Насрединова Мөлдір	19	65	165	83	18	3110
Амантай Ақбота	19	61	174	91	22,3	3620
Әбілқасым Зарина	20	64	156	90	22	3960
Сүгір Назерке	20	71	161	98	18,6	3127

Таблица - 3 – Антропометрические показатели студентов 3 курса после эксперимента

Фино	Возраст, лет	Масса тела, кг	Рост, см	ЖЕЛ, мл	Оценка относительных значений PWC ₁₇₀ (кгм/мин кг)	МПК
Шабден Али	22	48	162	97	24,7	2953
Жолымбет Жанболат	19	74	181	103	23,5	4201
Абдраймов Бақдаулет	20	77	182	96	25,1	4096
Ғазизұлы Нұртілеу	20	65	178	91	20,1	4310
Пернебек Ерасыл	19	65	171	89	20,6	3528
Сайымбай Рамазан	20	72	176	90	25	4386
Насрединова Мөлдір	19	65	166	91	18,7	3278
Амантай Ақбота	19	60	174	91	25,2	3765
Әбілқасым Зарина	20	63	156	90	25	3660
Сүгір Назерке	20	70	161	102	21	3841

В таблице 1 приведены данные студентов 3 курса до эксперимента в оздоровительном комплексе «Зеленый каньон», расположенный в поселке «Машат», который расположен в предгорьях Каратау Туркестанской области.

В таблице 2 представлены результаты после эксперимента, проведенного в оздоровительном комплексе «Зеленый каньон».

В результате мониторинга достоверного изменения МПК не произошло. Отмечались изменения общей физической работоспособности, тест PWC₁₇₀ – модификация В. Л. Карпмана. В частности, у мальчиков в среднем оценка абсолютных величин общей физической работоспособности увеличилось с 1175 до 1351, а у девочек с 1627 до 1744. Эти изменения отражают комплексное влияние на здоровье студентов усиленного питания, чистого горного воздуха, утренней зарядки на свежем воздухе и каждодневные пешие походы в горы.

Выводы

1. Аналитический обзор научно-методической литературы показал, что в настоящее

время в литературных источниках содержится довольно много информации по спортивному и рекреационному туризму, однако, на сегодня отсутствуют целенаправленные методические рекомендации по формированию здорового образа жизни студентов на основе спортивно-рекреационного туризма.

2. В ходе эксперимента, членами научной группы было изучено комплексное влияние окружающей среды горного поселка Машат на здоровье студентов.

3. В результате исследования было показано влияние спортивно-рекреационного туризма на формирование здорового образа жизни студентов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антоненко М. Н., Соловьева Р. О. Формирование здорового образа жизни у студентов //Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2019. – Т. 4. – №. 1. – С. 30-34.

2. Аршинова В. В. и др. Вопросы психологического сопровождения в спорте, рекреационно-оздоровительной и лечебной практиках //Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2019. – Т. 4. – №. 1. – С. 106-114.

3. Ржанов А. А., Шишлянникова О. А., Бальжинимаев Э. Б. Методика селективного отбора спортсменов для специализации" волейбол" по психомоторным задаткам //Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. ВП Астафьева. – 2020. – №. 2 (52). – С. 127-135.

4. Глебов В. В., Родионова О. М., Аникина Е. В. Эколого-формирующие фитотехнологии и их влияние на визуальную среду современных городов //Визуальные образы современной культуры: идеалы и идеологии (к 25-летию теологического образования в г. Омске). – 2020. – С. 111-114.

5. Лыженкова Р. С., Арпентьева М. Р. 3.1. Здоровьесбережение и физическая культура студентов в различных направлениях жизнедеятельности //Современные тренды высшего образования. – 2023. – С. 252-264.

REFERENCES

1. Antonenko M. N., Solöveva R. O. Formirovanie zdorovogo obraza jizni u studentov //Fizicheskaia kùltura. Sport. Turizm. Dvigatelnaia rekreasia. – 2019. – Т. 4. – №. 1. – S. 30-34.

2. Arşinova V. V. i dr. Voprosy psihologicheskogo soprovojdienia v sporte, rekreasionno-ozdorovitelnoi i lechebnoi praktikah //Fizicheskaia kùltura. Sport. Turizm. Dvigatelnaia rekreasia. – 2019. – Т. 4. – №. 1. – S. 106-114.

3. Rjanov A. A., Şiřlännikova O. A., Bäljinimaev E. B. Metodika selektivnogo otbora sportsmenov dlä spesializatsii" voleibol" po psihomotornym zadatkam //Vestnik Krasnoiarskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. VP Astäfeva. – 2020. – №. 2 (52). – S. 127-135.

4. Glebov V. V., Rodionova O. M., Anikina E. V. Ekologo-formiruiuşie fitotehnologii i ih vlianie na vizuälnuiu sredu sovremennyh gorodov //Vizuälnye obrazy sovremennoi kùltury: idealy i ideologii (k 25-letiu teologicheskogo obrazovania v g. Omske). – 2020. – S. 111-114.

5. Lyjenkova R. S., Arpenteva M. R. 3.1. Zdorövesberejenie i fizicheskaia kùltura studentov v razlichnyh napravleniah jiznedeiatelnosti //Sovremennye trendy vysşego obrazovania. – 2023. – S. 252-264.

А.К. АНАРБАЕВ

к. п. н., профессор, Международный университет туризма и гостеприимства (Казахстан, Туркестан), E-mail: almas_6262@mail.ru

Б.И. КУРМАНБАЕВ

к. т. н, и.о. ассоциированного профессора Международный университет туризма и гостеприимства (Казахстан, Туркестан), E-mail: kurmanbaev.b@iuth.edu.kz

Поступило в редакцию 05.11.2023

Принято в печать 29.12.2023

А.К. АНАРБАЕВ¹, Б.И. ҚҰРМАНБАЕВ^{1*}

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан), E-mail: kurmanbaev.b@iuth.edu.kz

СПОРТТЫҚ-РЕКРЕАЦИЯЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ СТУДЕНТТЕРДІҢ САЛАУАТТЫ ӨМІР САЛТЫНА ӘСЕРІ

Аңдатпа. Қолайлы жағдайлары бар табиғи ортада болу дозаланған физикалық белсенділікпен бірге дененің сауығуына ықпал етеді және белсенді демалудың бір түрі және дене шынықтырумен айналысуға тарту құралы болып табылады. Бұл постулат табиғи ортадағы кез-келген қозғалыс шеңберінде адамның белгілі бір бұлыңқет топтарына жүктеме бар деген ұстанымға негізделген, бұл демалу белсенділігін білдіреді. Сонымен қатар, ұзақ сапарларға дайындық қажетті физикалық форма қалыптасатын мерзімді дене шынықтыру сабақтарына негізделген. Ұйымдастырылған саяхаттар Қазақстанның әртүрлі аймақтарына баруға, табиғи аймақтар мен халықтың өмір салтының алуан түрлілігін көруге мүмкіндік береді. Нақты қиындықтарға тап болып, оларды және өзіңізді жеңіңіз. Сонымен қатар, спорттық - рекреациялық туризм алмастырудың дәлелді құралы болып табылады және қозғалысқа қарсы құбылыстарға, соның ішінде нашақорлыққа, адамның өзін-өзі жетілдіру, физикалық, психологиялық және ерікті қасиеттерін тексеру құралы болып табылады. Жаяу жүргіншілер, су, тау, шаңғы, ат спорты, спелео, вело, авто-мото, желкенді, осы түрлердің әрқайсысы ерекше және аталған бағыттардың кез-келгенін жақсартуға мүмкіндік береді.

Кілт сөздер: Спорттық-рекреациялық туризм, салауатты өмір салты, туристік жорық, белсенді демалыс

A.K. ANARBAEV¹, B.I. KURMANBAEV^{1*}

¹International University of Tourism and Hospitality (Kazakhstan, Turkestan), E-mail: kurmanbaev.b@iuth.edu.kz

THE IMPACT OF SPORTS AND RECREATIONAL TOURISM ON A HEALTHY LIFESTYLE OF STUDENTS

Abstract. Being in a natural environment with favorable conditions, in combination with dosed physical activity, contributes to the healing of the body and is a kind of active rest and a means of attracting to engage in physical activity. This postulate is based on the position that within the framework of any movement in the natural environment, a person has a load on certain muscle groups, which means rest activity. In addition, preparation for long trips is based on periodic physical education classes, in which the necessary physical form is formed. Organized trips allow

you to visit different regions of Kazakhstan, see the diversity of natural areas and the way of life of the population. Face real challenges and overcome them and yourself. In addition, sports and recreational tourism is an evidence - based means of substitution and is a tool for combating antisocial phenomena, including drug addiction, testing the self-improvement, physical, psychological and volitional qualities of a person. Pedestrian, water, Mountain, Ski, equestrian, speleo, velo, Auto-Moto, sailing, each of these types is unique and allows you to improve any of the listed routes.

Keywords: *Sports and recreational tourism, healthy lifestyle, tourist hike, active recreation*

**«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ
«Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality»**

**Ғылыми журналының
АВТОРЛАРЫНА АРНАЛҒАН ЕРЕЖЕЛЕР**

Редакциялық алқа авторлардан журналда жариялау үшін мақалалар дайындау кезінде төмендегі ережелерді басшылыққа алуды сұрайды.

Журнал редакциясына ұсынылатын ғылыми мақалалар «Журналдар, жинақтар, ақпараттық басылымдар МЕМСТ 7.5-98 сәйкес мақалаларды рәсімдеу үшін негізгі баспа стандарттарына сәйкес, жарияланатын материалдарды баспаға рәсімдеу «МЕМСТ 7.1-2003» Библиографиялық жазба. Библиографиялық сипаттама.

Құрастырудың жалпы талаптары мен ережелері» талаптарына сай дайындалуы керек.

*Нөмірге бір автордың бір ғана қолжазбасы немесе сол автордың тең авторлар ұжымы құрамында болғанда да бір қолжазбасын ғана жариялауға рұқсат етіледі.

* Бір мақаланың тең авторларының саны 5-тен аспауы тиіс.

* Мақаланың бірегейлік дәрежесі 60%-дан кем болмауы тиіс (редакциялық алқаның шешіміне сәйкес).

* Баспаға жіберілетін мақалалар бұрын жарияланбауы тиіс, кейіннен басқа журналдарда жариялауға, оның ішінде басқа тілдерге аударуға жол берілмейді.

* Қолжазбаны жариялауға қабылдау туралы шешім рецензиялау рәсімі өткізілгеннен кейін қабылданады.

* Қос рецензиялау (жасырын) құпия түрде жүргізіледі, авторға рецензенттің аты – жөні, ал рецензентке мақала авторының аты-жөні мәлім болмайды.

* Егер мақаланы плагиатқа қарсы немесе рецензент қабылдасамаса, мақала авторға қайта орындауға үшін қайтарылады. Автор мақаланы плагиатқа немесе шолуға 1 рет қайта жібере алады. Мақаланың мазмұнына автор жауапты болып табылады.

Редакция мақалаға әдеби және стилистикалық өңдеу жасаумен айналыспайды.

Талапқа сай ресімделмеген мақалалар жарияланымға қабылданбайды және авторларға қайтарылады.

Мақаланың соңғы нұсқасының алынған күні оның редакцияға түскен күні болып саналады.

Мақалалар түсу шамасына қарай жарияланады. Журнал бір нөмірде мақала саны 35-тен аспайтындай болып шығарылады.

Журналдарды шығару мерзімділігі - жылына 4 рет (тоқсан сайын).

Мақаланы беру мерзімі:

- бірінші тоқсан 10 наурызға дейін;
- екінші тоқсан 10 маусымға дейін;
- үшінші тоқсан 10 қыркүйекке дейін;
- төртінші тоқсан 10 желтоқсанға дейін.

«Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» ғылыми журналы жылына 4 рет рет желілік (электрондық) форматта журнал нөмірлерінің жариялануының төмендегідей белгіленген мерзімдерінде шығарылады:

- бірінші нөмір ағымдағы жылдың 30 наурызына дейін шығарылады;
- екінші нөмір-30 маусымға дейін;
- үшінші нөмір-30 қыркүйекке дейін;

- төртінші нөмір-30 желтоқсанға дейін.

Мақаланы (электрондық нұсқасын) төмендегі сайтқа немесе журнал поштасына жіберу керек:

- journal.iuth.edu.kz

- journal@iuth.edu.kz

Мақаланы жариялауға ұсыну үшін сайтта тіркеуден өту қажет.

Қолжазбаны дайындауға ең көп зияткерлік үлес қосқан автор (екі және одан да көп бірлескен автордың арасында) корреспондент-автор болып табылады және «*» белгісімен айрықшаланады.

Әр түрлі оқу орындарының авторлары 1,2 сандарымен көрсетіледі.

Қос рецензиялау (жасырын) рәсімін жүзеге асыру үшін авторлардан мақаланың екі нұсқасын: біріншісі – жеке деректерді көрсете отырып, екіншісі – жеке деректерді көрсетпей жіберу қажеттілігі сұралады. Жасырын рецензиялау қағидаты бұзылған жағдайда мақала қаралмайды.

Мақалалар қатаң түрде төмендегі ережелерге сәйкес ресімделуі керек:

- Журналдарға барлық ғылыми бағыттар бойынша, электронды нұсқада, «Windows үшін (doc, .docx, .rtf форматтарында) Microsoft Office Word (97, 2000, 2007, 2010) мәтіндік редакторында барлық материалдары бар мақалалар қабылданады.

- Аннотацияларды, әдебиеттерді, кестелерді, суреттер мен математикалық формулаларды қоса алғанда, мақаланың жалпы көлемі **7 беттен кем болмауы және 25 беттен аспауы тиіс**. Беттер жиектері-парақтың барлық жағынан 30 мм; мақала мәтіні: кегль – 12 пункт, гарнитура – Times New Roman (орыс, ағылшын және неміс тілдері үшін), KZ Times New Roman (қазақ тілі үшін).

Ғылыми мақаланың құрылымы атауынан, аңдатпадан, түйінді сөздерден, негізгі ережелерден, кіріспеден, материалдар мен әдістерден, нәтижелер мен талқылаудан, қорытындыдан, түйіндерден, қаржыландыру туралы ақпараттан (бар болса), дереккөздердің кириллицада (қазақ және орыс тілдерінде) жазылуының романизацияланған (латын әліпбиімен транслитерацияланған) нұсқасын қоса алғанда, әрбір мақалада пайдаланылған дереккөздердің (әдебиеттердің) тізімінен тұрады, MeCT 7.79–2000 (ИСО 9-95) кирилл жазуын латын әліпбиімен транслитерациялау қағидаларын қараңыз.

- Мақалада қамтылуы тиіс:

1. МҒТАР (мемлекетаралық ғылыми-техникалық ақпараттың рубрикаторы);

1. DOI – МҒТАР-дан кейін жоғарғы оң жақ бұрышта (журналдың редакциясы тағайындайды және толтырады);

2. Автордың (- лардың) аты-жөні, тегі қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде (қою қаріппен, ортасында) беріледі;

Қолжазбаны дайындауға ең көп зияткерлік үлес қосқан автор (екі және одан да көп бірлескен авторлар) корреспондент-автор болып табылады және «*» белгісімен көрсетіледі.

Әр түрлі оқу орындарының авторлары 1,2 сандармен көрсетіледі.

3. Аффилиация (ұйым (жұмыс (оқу) орны), ел, қала) қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде көрсетіледі. Авторлардың аффилиациясы туралы толық деректер журналдың соңында ұсынылады;

4. **Мақала атауы** мақаланың мазмұнын, тақырыбын және ғылыми зерттеу нәтижелерін көрсетуі керек. Мақала атауында ақпараттық мазмұн, қызығушылық туғызушылық және бірегейлік болуы қажет (12 сөзден аспайтын, бас әріптермен, қалың қаріппен, ортасында, үш

тілде: орыс, қазақ, ағылшын немесе неміс тілдерінде беріледі);

5. **Аңдатпа** мақаланың мақсатын, мазмұнын, түрін, нысанын және басқа да ерекшеліктерін қысқаша сипаттауы керек. Автордың пікірінше, негізгі және құнды кезеңдер, нысандар, олардың белгілері мен зерттеу нәтижелері көрсетілуі керек. Қазақ, орыс және ағылшын немесе неміс тілдерінде беріледі (аңдатпаның ұсынылатын көлемі жарияланым тілінде – 150 - ден кем емес, 300 сөзден артық емес, курсивпен, қою шрифтпен, 12 пункт кегльмен, сол және оң жақтағы азат жол 1 см. болуы қажет, үлгіні қараңыз);

6. **Түйінді сөздер** объект, ғылыми сала және зерттеу әдістері терминдерінде мәтіннің мазмұнын көрсететін сөздер жиынтығы (үш тілде: орыс, қазақ, ағылшын немесе неміс тілдерінде ресімделеді; 12 пункт кегль, курсив, сол-оң жақ шегініс – 1 см.). Ұсынылатын түйінді сөздер саны – 5–8 сөз, түйінді сөз тіркесіндегі сөздер саны 3-тен аспауы қажет. Олар маңыздылығы бойынша анықталады, яғни мақаланың ең маңызды түйінді сөзі тізімде бірінші болуы керек (үлгіні қараңыз);

7. **Мақаланың негізгі мәтіні** оның бөлімдерінің белгілі бір ретімен орналасытырылып жазылуы тиіс, оған төмендегілер жатады:

- **Кіріспе** (абзац сол жақ шетінен 1 см, қалың әріптермен, 12 пункт кегльмен беріледі). Тақырыптың таңдалуының негіздемесі; тақырыптың немесе мәселенің өзектілігі дәйектеледі. Тақырыптың өзектілігі осы нысананы зерттеуге деген жалпы қызығушылықтың барысы арқылы, бірақ аталмыш мәселенің шешімі толық болмауымен анықталады, ол тақырыптың теориялық немесе практикалық маңыздылығымен дәлелденеді.

- **Материалдар мен әдістер** (абзац сол жақ шетінен 1 см, қою әріптермен, 12 пункт кегльмен көрсетіледі). Олар материалдар мен жұмыс барысын сипаттаудан, сондай-ақ қолданылған әдістердің толық сипаттамасынан тұруы керек.

- **Нәтижелер және талқылау** (сол жақ шетінен 1 см абзац, қалың әріптермен, 12 пункт кегль). Сіз қол жеткізген зерттеу нәтижелері талданады және талқыланады. Зерттеу барысында алынған нәтижелер бойынша қорытындылар келтіріледі, негізгі мәні ашылады. Бұл мақаланың маңызды бөлімдерінің бірі. Онда сіздің жұмысыңыздың нәтижелерін талдау және алдыңғы жұмыстармен, талдаулармен және қорытындылармен салыстырғанда тиісті нәтижелерді талқылау қажет.

- **Қаржыландыру туралы ақпарат (бар болса)** (абзац сол жақ шетінен 1 см, қою әріптермен, 12 пункт кегльмен көрсетіледі).

- **Қорытындылар** (абзац сол жақ шетінен 1 см, қалың әріптермен, 12 пункт кегльмен). Қорытындылар – аталмыш кезеңдегі жұмысты қорытындылау және түйінін жасау; автор ұсынған тұжырымның ақиқатын растау және алынған нәтижелерді ескере отырып, ғылыми тұжырымның өзгеруі туралы автордың қорытындысы. Қорытындылар дерексіз болмауы керек, олар белгілі бір ғылыми саладағы зерттеу нәтижелерін жалпылау, әрі қарай жұмыс істеу ұсыныстарын немесе мүмкіндіктерін сипаттайтындай дәрежеде болуы керек.

- **Пайдаланылған әдебиеттер тізімі** (қою әріптермен кегль-12 пункт, ортасында) мыналарды қамтиды:

Мақала және пайдаланылған қайнаркөздер тізімі МЕСТ 7.5-98; МЕСТ 7.1-2003 сәйкес жасалуы керек (үлгіні қараңыз).

Дереккөздердің реттілігі келесі тәртіппен анықталады: алдымен дәйекті сілтемелер, яғни мақаланың өзінде кезектілік бойынша сілтеме жасайтын көздер. Содан кейін сілтемелері жоқ қосымша көздер, яғни мақалада болмаған, бірақ сіз оқырмандарға параллельді жұмыстар сияқты танысу үшін ұсынған қайнаркөздер көрсетіледі. Көлемі 10-нан

кем емес, 20-дан аспайтын атаулар (мақалада сілтемелер мен ескертпелер толассыз нөмірлеумен белгіленеді және тік жақшаға салынады), негізінен соңғы 10-15 жылда жарық көрген әдебиеттер алынады.

Пайдаланылған қайнар көздер кириллицада (қазақ және орыс тілдерінде) болған жағдайда, әдебиеттер тізімін екі нұсқада ұсыну қажет: 1) түпнұсқада (дереккөздер орыс, қазақ және ағылшын не неміс тілдерінде көрсетіледі); 2) дереккөздерді кириллицамен жазудың романизацияланған нұсқасы (қазақ және орыс тілдерінде), яғни латын әліпбиімен транслитерацияланады. МЕСТ 7.79–2000 (ИСО 9-95) кирилл жазуын латын алфавитімен транслитерациялау ережелерін қараңыз.

МЕСТ бойынша онлайн Транслитерация қызметі –<https://transliteration-online.ru>/Кирилл жазуының латын әліпбиімен транслитерациялануы ережелері.

Романизацияланған әдебиеттер тізімі келесідей болуы керек: автор(-лар) (транслитерация немесе бар болса ағылшын тіліндегі нұсқасы) → мақала атауы транслитерацияланған нұсқада → [мақала атауын ағылшын тіліне шаршы жақшада аудару] → қазақ немесе орыс тіліндегі дереккөздің атауы (транслитерация немесе бар болса ағылшынша атауы) → ағылшын тіліндегі белгілері бар шығыс деректері.

- **Иллюстрациялар**, суреттер тізімі және олардың сурет астындағы жазулары мақала мәтіні бойынша ұсынылады. Электрондық нұсқада суреттер мен иллюстрациялар кемінде 300 dpi рұқсаты бар TIFF немесе JPG форматында ұсынылады.

- **Математикалық формулалар** Microsoft Equation Editor-да терілуі керек (әр формула бір объект).

Жеке бетте (мақаладан кейін)

Электрондық нұсқада толық почталық мекен-жайлар, қызметтік және үй телефондарының нөмірлері, e-mail (редакцияның авторлармен байланысы үшін телефон нөмірлері, жарияланбайды) көрсетіледі;

Авторлар туралы мәліметтер қазақ, орыс, ағылшын тілдерінде

Тегі Аты Әкесінің аты (толық)

Лауазымы, ғылыми дәрежесі, атағы

Ұйым

Қала

Индекс

Ел

E-mail

Телефон

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

**Научного журнала НАО «Международный университет туризма и
гостеприимства»
«Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality»**

Редакционная коллегия просит авторов руководствоваться следующими правилами при подготовке статьи для опубликования в журнале.

Научные статьи, представляемые в редакцию журнала должны быть оформлены согласно базовым издательским стандартам по оформлению статей в соответствии с ГОСТ 7.5-98 «Журналы, сборники, информационные издания. Издательское оформление публикуемых материалов», пристатейных библиографических списков в соответствии с ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

* В номер допускается не более одной рукописи от одного автора либо того же автора в составе коллектива соавторов.

* Количество соавторов одной статьи не более 5.

* Степень оригинальности статьи должна составлять не менее 60 % (согласно решению редакционной коллегии).

* Направляемые статьи не должны быть ранее опубликованы, не допускается последующее опубликование в других журналах, в том числе переводы на другие языки.

* Решение о принятии рукописи к опубликованию принимается после проведения процедуры рецензирования.

* Двойное рецензирование (слепое) проводится конфиденциально, автору не сообщается имя рецензента, а рецензенту – имя автора статьи.

* Если статья отклонена антиплагиатом или рецензентом статья возвращается автору на доработку. Автор может повторно отправить статью на антиплагиат или рецензирования 1 раз. Ответственность за содержание статьи несет автор.

Редакция не занимается литературной и стилистической обработкой статьи.

Статьи, оформленные с нарушением требований, к публикации не принимаются и возвращаются авторам.

Датой поступления статьи считается дата получения редакцией ее окончательного варианта.

Статьи публикуются по мере поступления. Журнал формируется исходя из количества не более 35 статей в одном номере.

Периодичность издания журналов – 4 раза в год (ежеквартально).

Сроки подачи статьи:

- первый квартал до 10 марта;
- второй квартал до 10 июня;
- третий квартал до 10 сентября;
- четвертый квартал до 10 декабря.

Научный журнал «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» выпускается с периодичностью 4 раза в год в сетевом (электронном) формате в следующие установленные сроки выхода номеров журнала:

- первый номер выпускается до 30 марта текущего года;
- второй номер – до 30 июня;

- третий номер – до 30 сентября;
- четвертый номер – до 30 декабря.

Статью (электронную версию) следует направлять на сайт или почту журнала:

- journal.iuth.edu.kz
- journal@iuth.edu.kz

Для подачи статьи на публикацию необходимо пройти регистрацию на сайте.

Автор, который внес наибольший интеллектуальный вклад в подготовку рукописи (при двух и более соавторах), является автором-корреспондентом и обозначается «*».

Авторы из разных учебных заведений указываются цифрами 1,2.

Для осуществления процедуры двойного рецензирования (слепого), авторам необходимо отправлять два варианта статьи: первый – с указанием личных данных, второй – без указания личных данных. При нарушении принципа слепого рецензирования статья не рассматривается.

Статьи должны быть оформлены в строгом соответствии со следующими правилами:

– В журнал принимаются статьи по всем научным направлениям, в электронном варианте со всеми материалами в текстовом редакторе «Microsoft Office Word (97, 2000, 2007, 2010) для Windows» (в форматах .doc, .docx, .rtf).

– Общий объем статьи, включая аннотации, литературу, таблицы, рисунки и математические формулы должен составлять не менее 7 и не более 25 страниц печатного текста. Поля страниц – 30 мм со всех сторон листа; Текст статьи: кегль – 12 пунктов, гарнитура – Times New Roman (для русского, английского и немецкого языков), KZ Times New Roman (для казахского языка).

Структура научной статьи включает название, аннотация, ключевые слова, основные положения, введение, материалы и методы, результаты и обсуждение, заключение, выводы, информацию о финансировании (при наличии), список использованных источников (литературы) к каждой статье, включая романизированный (транслитерированный латинским алфавитом) вариант написания источников на кириллице (на казахском и русском языках) см. ГОСТ 7.79–2000 (ИСО 9–95) Правила транслитерации кирилловского письма латинским алфавитом.

Статья должна содержать:

1. **МРНТИ** (Межгосударственный рубрикатор научной технической информации);
2. **DOI** – после МРНТИ в верхнем правом углу (присваивается и заполняется редакцией журнала);

3. **Инициалы** (имя, отчество) Фамилия автора (-ов) – на казахском, русском и английском языках (жирным шрифтом, по центру); Автор, который внес наибольший интеллектуальный вклад в подготовку рукописи (при двух и более соавторах), является автором-корреспондентом и обозначается «*».

Авторы из разных учебных заведений указываются цифрами 1,2.

4. **Аффилиация** (организация (место работы (учебы)), страна, город) – на казахском, русском и английском языках. Полные данные об аффилиации авторов представляются в конце журнала; 5. Название статьи должно отражать содержание статьи, тематику и результаты проведенного научного исследования. В название статьи необходимо вложить информативность, привлекательность и уникальность (не более 12 слов, прописными буквами, жирным шрифтом, по центру, на трех языках: русский, казахский, английский либо

немецкой);

6. **Аннотация** – краткая характеристика назначения, содержания, вида, формы и других особенностей статьи. Должна отражать основные и ценные, по мнению автора, этапы, объекты, их признаки и выводы проведенного исследования. Дается на казахском, русском и английском либо немецком языках (рекомендуемый объем аннотации на языке публикации – не менее 150, не более 300 слов, курсив, нежирным шрифтом, кегль – 12 пунктов, абзацный отступ слева и справа 1 см, см. образец);

7. **Ключевые слова** – набор слов, отражающих содержание текста в терминах объекта, научной отрасли и методов исследования (оформляются на трех языках: русский, казахский, английский либо немецкий; кегль – 12 пунктов, курсив, отступ слева-справа – 1 см.). Рекомендуемое количество ключевых слов – 5-8, количество слов внутри ключевой фразы – не более 3. Задаются в порядке их значимости, т.е. самое важное ключевое слово статьи должно быть первым в списке (см. образец);

8. **Основной текст** статьи излагается в определенной последовательности его частей, включает в себя:

- **Введение** (абзац 1 см по левому краю, жирными буквами, кегль – 12 пунктов). Обоснование выбора темы; актуальность темы или проблемы. Актуальность темы определяется общим интересом к изученности данного объекта, но отсутствием исчерпывающих ответов на имеющиеся вопросы, она доказывается теоретической или практической значимостью темы.

- **Материалы и методы** (абзац 1 см по левому краю, жирными буквами, кегль – 12 пунктов). Должны состоять из описания материалов и хода работы, а также полного описания использованных методов.

- **Результаты и обсуждение** (абзац 1 см по левому краю, жирными буквами, кегль – 12 пунктов). Приводится анализ и обсуждение полученных вами результатов исследования. Приводятся выводы по полученным в ходе исследования результатам, раскрывается основная суть. И это один из самых важных разделов статьи. В нем необходимо провести анализ результатов своей работы и обсуждение соответствующих результатов в сравнении с предыдущими работами, анализами и выводами.

- **Информацию о финансировании (при наличии)** (абзац 1 см по левому краю, жирными буквами, кегль – 12 пунктов).

- **Выводы** (абзац 1 см по левому краю, жирными буквами, кегль – 12 пунктов).

Выводы – обобщение и подведение итогов работы на данном этапе; подтверждение истинности выдвигаемого утверждения, высказанного автором, и заключение автора об изменении научного знания с учетом полученных результатов. Выводы не должны быть абстрактными, они должны быть использованы для обобщения результатов исследования в той или иной научной области, с описанием предложений или возможностей дальнейшей работы.

- **Список использованных источников** (жирными буквами, кегль – 12 пунктов, в центре) включает в себя:

Статья и список использованных источников должны быть оформлены в соответствии с ГОСТ 7.5-98; ГОСТ 7.1-2003 (см. образец).

Очередность источников определяется следующим образом: сначала последовательные ссылки, т.е. источники, на которые вы ссылаетесь по очередности в самой статье. Затем дополнительные источники, на которых нет ссылок, т.е. источники, которые не имели место

в статье, но рекомендованы вами читателям для ознакомления, как смежные работы, проводимые параллельно. Объем не менее 10, не более чем 20 наименований (ссылки и примечания в статье обозначаются сквозной нумерацией и заключаются в квадратные скобки), преимущественно за последние 10-15 лет.

В случае наличия в списке использованных источников работ на кириллице (на казахском и русском языках), необходимо представить список литературы в двух вариантах: 1) в оригинале (указываются источники на русском, казахском и английском либо немецком языках); 2) романизированный вариант написания источников на кириллице (на казахском и русском языках), то есть транслитерация латинским алфавитом. см. ГОСТ 7.79–2000 (ИСО 9–95) Правила транслитерации кирилловского письма латинским алфавитом.

Онлайн сервис Транслитерация по ГОСТу – <https://transliteration-online.ru/>

Правила транслитерации кирилловского письма латинским алфавитом.

Романизированный список литературы должен выглядеть следующим образом: автор(-ы) (транслитерация либо англоязычный вариант при его наличии) → название статьи в транслитерированном варианте → [перевод названия статьи на английский язык в квадратных скобках] → название казахоязычного либо русскоязычного источника (транслитерация, либо английское название при его наличии) → выходные данные с обозначениями на английском языке.

Иллюстрации, перечень рисунков и подрисуночные надписи к ним представляют по тексту статьи. В электронной версии рисунки и иллюстрации представляются в формате TIF или JPG с разрешением не менее 300 dpi.

Математические формулы должны быть набраны в Microsoft Equation Editor (каждая формула – один объект).

На отдельной странице (после статьи). В электронном варианте приводятся полные почтовые адреса, номера служебного и домашнего телефонов, e-mail (номера телефонов для связи редакции с авторами, не публикуются);

Сведения об авторах на казахском, русском, английском языках.

Фамилия Имя Отчество (полностью)

Должность, ученая степень, звание

Организация

Город

Индекс

Страна

E-mail

Телефон

**«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ
«Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality»**

**ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛЫНЫҢ
ЖАРИЯЛАУ ЭТИКАСЫ**

«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» ғылыми журналының редакциялық алқасы өздерінің кәсіби қызметінде «Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ ғылыми журналының жариялау этикасының қағидаттары мен нормаларын ұстанады. Жарияланым этикасы жарияланым этикасы жөніндегі комитеттің (COPE) халықаралық жарияланымдық этикалық нормаларына, Scopus (Elsevier) журналдарын жариялаудың этикалық қағидаттарына, «Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ Академиялық адалдық кодексіне сәйкес әзірленді. Жарияланым этикасы редакторлардың, рецензенттер мен авторлардың этикалық мінез-құлқының нормаларын, қағидаттары мен стандарттарын, мүдделер қақтығысын, әдепке жат мінез-құлықты анықтау жөніндегі шараларды, мақаланы алып қою (ретракция), түзету және теріске шығару жөніндегі нұсқаулықтарды айқындайды. Жариялау процесінің барлық қатысушылары жариялау этикасының қағидаттарын, нормалары мен стандарттарын сақтайды. Ғылыми журналдың сапасы барлық авторлардың теңдігі, құпиялық қағидаты, бір реттік Жарияланымдар, қолжазба авторлығы, бірегейлік қағидаты, дереккөздерді растау қағидаты, рецензиялаудың объективтілігі және уақтылығы қағидаттарын жариялау процесіне қатысушылардың қағидаттарын орындаумен қамтамасыз етіледі.

Рецензенттердің құқықтары мен міндеттері

«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» ғылыми журналының рецензенттері объективтілік қағидатын басшылыққа алуға міндетті. Қолжазба авторына қатысты жеке сынға жол берілмейді. Рецензент өз ескертулерін дәлелдеуі және қолжазбаны қабылдау немесе оны қабылдамау туралы өз шешімін негіздеуі тиіс.

Автордың (-лардың) ұлты, діни тиесілігі, саяси немесе өзге де көзқарастары рецензенттің (-тердің) қолжазбаны рецензиялау процесінде назарға алынбауы және ескерілмеуі тиіс. Рецензент жасаған сараптамалық бағалау редакцияның жариялау туралы шешім қабылдауына ықпал етуі және авторға қолжазбаны жақсартуға көмектесуі керек. Қолжазбаны жариялауға қабылдау, авторға жұмысты өзгертуге немесе пысықтауға қайтару немесе жарияланымнан бас тарту туралы шешімді рецензиялау нәтижелеріне сүйене отырып, редакция алқасы қабылдайды. Уақытылы қарау принципі. Рецензент рецензияны редакция белгілеген мерзімде, бірақ қолжазбаны рецензиялауға алған сәттен бастап 2-4 аптадан кешіктірмей ұсынуға міндетті. Егер мақаланы қарау және рецензияны белгіленген мерзімде дайындау мүмкін болмаса, рецензент бұл туралы ғылыми редакторға дереу хабарлауы тиіс. Ұсынылған қолжазбаны рецензиялау кезінде оның біліктілігі сәйкес келмейді немесе шешім қабылдау үшін жеткіліксіз деп санайтын рецензент бұл туралы ғылыми редакторға дереу хабарлап, қолжазбаны рецензиялаудан бас тартуы керек. Рецензент тарапынан құпиялық қағидасы. Рецензентке рецензиялауға ұсынылған қолжазба құпия материал ретінде қарастырылуы керек. Рецензент журналдың ғылыми редакторының және/немесе автордың тарапынан жазбаша рұқсат алғаннан кейін ғана оны көрсетуге және/немесе басқа адамдармен талқылауға құқылы. Рецензиялау және жариялау процесін қамтамасыз ету барысында алынған ғылыми жұмыстың ақпараты мен идеяларын рецензент (-тер) жеке пайда алу үшін

пайдаланбауы тиіс. Қайнаркөздерді растау принципі. Рецензент қарастырылып отырған қолжазбаның зерттеу нәтижелеріне әсер ететін, бірақ автор(-лар) келтірмеген ғылыми жұмыстарды көрсетуі тиіс. Сондай-ақ, рецензент ғылыми редактордың назарын қарастырылып отырған қолжазба мен бұрын жарияланған жұмыс арасындағы айтарлықтай ұқсастыққа немесе сәйкестікке аударуы керек. Егер рецензенттің қолжазбада плагиат, көшіріп алу, жалған және ойдан шығарылған материалдар немесе зерттеу нәтижелері бар деп пайымдауға жеткілікті негіздері болса, онда ол қолжазбаны жариялауға жібермеуі және журналдың ғылыми редакторына жарияланым және ғылыми этика қағидаттарының, стандарттары мен нормаларының анықталған бұзушылықтары туралы хабарлауға тиіс.

Авторлардың құқықтары мен міндеттері

Жариялау этикасы келесі принциптерді сақтауға негізделген:

Жарияланымның бір мәртелігі. Автор (лар) редакцияға ұсынылған мақала қолжазбасы басқа басылымдарға қарау үшін ұсынылмағанына кепілдік береді. Қолжазбаны бір уақытта бірнеше журналдарда/басылымдарда ұсынуға жол берілмейді және жарияланым этикасының қағидаттарын, стандарттары мен нормаларын өрескел бұзу болып табылады. Қолжазбаның авторлығы. Қолжазбаны дайындауға ең көп зияткерлік үлес қосқан адам (екі немесе одан да көп бірлескен авторлармен) корреспондент-автор болып табылады және авторлар тізімінде бірінші болып көрсетіледі. Әрбір мақала үшін мақаланың соңғы нұсқасын дайындауға, редакциялық алқамен байланысқа жауап беретін хат-хабарға автор тағайындалуы тиіс, оған жеткілікті үлес қосқан зерттеудің барлық қатысушыларын (авторлар саны біреуден көп болса) авторлар тізіміне қосуды қамтамасыз етуі, сондай-ақ жариялау үшін редакцияға ұсыну үшін барлық авторлардан қолжазбаның соңғы нұсқасын мақұлдауы тиіс. Қолжазбада / мақалада көрсетілген барлық авторлар жұмыстың мазмұнына жауап береді. Бірегейлік принципі. Автор (-лар) қолжазбада баяндалған зерттеу нәтижелері бірегей өзіндік жұмыс болып табылатындығына және процесте анықталуы мүмкін көшіріп алулар мен плагиаттарды қамтымайтындығына кепілдік береді. Авторлар этикаға жатпайтын мінез-құлық, плагиат, өзін-өзі плагиаттау, өзін-өзі сілтеме жасау, бұрмалау, жинақтау, деректерді бұрмалап көрсету, жалған авторлық, қайталану, мүдделер қақтығысы және алдау белгілері бар мақалаларды жариялауға бергені үшін жауапты болады. Қайнаркөздерді растау принципі. Автор(-лар) зерттеу барысында өзі пайдаланған ғылыми және өзге де дереккөздерді дұрыс көрсетуге міндетті болады. Бөтен жұмыстардың қандай да бір бөліктері пайдаланылған және / немесе басқа автордың (-лардың) пікірлері алынған жағдайда қолжазбада түпнұсқаның авторы (лары) көрсетілген библиографиялық сілтемелер көрсетілуі тиіс. Күмәнді көздерден алынған ақпарат қолжазбаны ресімдеу кезінде пайдаланылмауға тиіс. Егер рецензенттерде, ғылыми редакторларда, журналдың редколлегия мүшелерінде (мүшелерінде) зерттеу нәтижелерінің шынайылығы мен бірегейлігіне күмән туындаған жағдайда, автор (-лар) қолжазбада келтірілген нәтижелерді немесе фактілерді растау үшін қосымша материалдарды ұсынуы тиіс. Жариялау процесінде қателерді түзету. Жариялау процесінің кез келген сатысында жұмыста қателер мен дәлсіздіктер анықталған жағдайда, авторлар бұл туралы ғылыми редакторға жедел хабарлауға және тиісті түзету журналының (Erratum немесе Corrigendum) сайтында түсініктемелермен жариялау үшін қатені жоюға немесе түзетуге көмектеседі. Түзетуге болмайтын өрескел қателер анықталған жағдайда автор (лар) қолжазбаны/ мақаланы кері қайтарып алуы тиіс. Жариялау этикасын сақтау принципі. Авторлар сынмен немесе зерттеуге қатысты ескертулермен, сондай-ақ рецензиялау және жариялау бойынша редакциямен өзара әрекеттерге қатысты этикалық

нормаларды сақтауға міндетті. Авторлардың этикалық қағидаларды сақтамауы жарияланымдар этикасын өрескел бұзуы деп бағаланады және қолжазбаны рецензиялаудан және/немесе жариялаудан алып тастауға негіз береді.

Мүдделер қақтығысы

Жарияланым этикасы жөніндегі комитеттің (COPE) анықтамасы бойынша мүдделер қақтығысы – бұл авторлар, рецензенттер немесе редакциялық алқа мүшелері жарияланатын материалға қатысты олардың пайымдарына әсер ете алатын жасырын мүдделері бар жанжалды жағдайлар. Мүдделер қақтығысы рецензенттің және редколлегия мүшелерінің ғылыми пікіріне, нәтижесінде қолжазбаны жариялауға қатысты редколлегияның шешіміне әсер етуі мүмкін қаржылық, жеке немесе кәсіби жағдайлар болған кезде пайда болады. Бас редактор, редакция алқасының мүшесі және рецензенттер редакциялық алқаның шешіміне әсер етуі мүмкін ықтимал мүдделер қақтығысы туралы хабардар етуі тиіс. Редакциялық алқа мүшелері, егер олар қолжазба авторының (- ларының) зерттеу нәтижелерімен байланысты қандай да бір бәсекелестік қатынастарда болса не мүдделер қайшылығы өзге болса, қолжазбаны қараудан бас тартуға тиіс. Қолжазбаны журналға қарауға берген кезде автор(-лар) қолжазбаның мазмұнында зерттеуді қаржыландырудың барлық көздері көрсетілгенін мәлімдейді; сондай-ақ қарауға берілген қолжазбаға қатысты мүдделер қақтығысын тудыруы мүмкін қандай коммерциялық, қаржылық, жеке немесе кәсіби факторлар бар екенін көрсетеді. Автор (лар), хатта мүдделер қақтығысы болған жағдайда, олардың пікірінше, олардың қолжазбасын объективті бағалай алмайтын ғалымдарды көрсете алады. Рецензент қолжазбаға қатысы бар авторлардың біреуімен бәсекелестіктен, ынтымақтастықтан немесе басқа да қатынастардан туындайтын мүдделер қақтығысына себеп болуы мүмкін қолжазбаларды қарамауы тиіс. Қолжазбаның мазмұнымен мүдделер қақтығысы болған жағдайда жауапты хатшы бұл туралы бас редакторға хабарлауы тиіс, одан кейін қолжазба басқа рецензентке беріледі. Қарау және рецензиялау процесінде қатысушылар арасындағы мүдделер қақтығысының болуы қолжазба қабылданбайды дегенді білдірмейді.

Барлық мүдделі тұлғалар, мүмкіндігінше, жарияланымның барлық кезеңдерінде кез-келген вариацияда мүдделер қақтығысының туындауын болдырмауы керек. Мүдделер қақтығысы туындаған жағдайда, осы қақтығысты анықтаған адам дереу редакцияға хабарлауы керек. Бұл жариялау және ғылыми этика қағидаларын, стандарттары мен нормаларын бұзудың кез-келген басқа жағдайларына қатысты.

Этикаға жат мінез-құлық

Егер өз мақалаларына өз бетінше рецензия берілсе, келісімшарттық және жалған рецензиялау жағдайында, ғылыми зерттеу нәтижелерін жариялау, жалған авторлық, жалған ғылыми мәтіндерді жариялау және зерттеу нәтижелерін жасау, жалған жалған ғылыми мәтіндерді жариялау, мақалалардың қолжазбаларын авторлардың рұқсатынсыз басқа басылымдарға беру, авторлардың материалдарын үшінші тұлғаларға беру үшін агенттік қызметтерге жүгіну жағдайында, шарттар авторлық құқықтар мен редакциялық процестердің құпиялылық қағидастары бұзылған кезде, дәйексөз, плагиат қолданылған жағдайда авторлардың, редакторлардың немесе баспагердің әрекеттері этикаға жат мінез-құлық болып саналады.

ПУБЛИКАЦИОННАЯ ЭТИКА

Научного журнала НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

«Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality»

Редакционная коллегия научных журналов научного журнала НАО «Международный университет туризма и гостеприимства» «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» в своей профессиональной деятельности придерживаются принципов и норм Публикационной этики научных журналов НАО «Международный университет туризма и гостеприимства». Публикационная этика разработана в соответствии с международной публикационной этической нормой Комитета по публикационной этике (COPE), этическими принципами публикации журналов Scopus (Elsevier), Кодекса академической честности НАО «Международный университет туризма и гостеприимства». Публикационная этика определяет нормы, принципы и стандарты этического поведения редакторов, рецензентов и авторов, меры по выявлению конфликтов интересов, неэтичного поведения, инструкции по изъятию (ретракции), исправлению и опровержению статьи. Все участники процесса публикации, соблюдают принципы, нормы и стандарты публикационной этики. Качество научного журнала обеспечивается исполнением принципов участников процесса публикации: равенства всех авторов, принцип конфиденциальности, однократные публикации, авторства рукописи, принцип оригинальности, принцип подтверждения источников, принцип объективности и своевременности рецензирования.

Права и обязанности рецензентов

Рецензенты научного журнала НАО «Международный университет туризма и гостеприимства» «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» обязаны руководствоваться принципом объективности. Персональная критика в адрес автора(-ов) рукописи недопустима. Рецензент должен аргументировать свои замечания и обосновывать свое решение о принятии рукописи или о ее отклонении. Национальность, религиозная принадлежность, политические или иные взгляды автора(-ов) не должны приниматься во внимание и учитываться в процессе рецензирования рукописи рецензентом(-ами). Экспертная оценка, составленная рецензентом, должна способствовать принятию решения редакцией о публикации и помогать автору улучшить рукопись. Решение о принятии рукописи к публикации, возвращение работы автору на изменение или доработку, либо решение об отклонении от публикации принимается редколлекгией опираясь на результаты рецензирования. Принцип своевременности рецензирования. Рецензент обязан предоставить рецензию в срок, определенный редакцией, но не позднее 2-4 недель с момента получения рукописи на рецензирование. Если рассмотрение статьи и подготовка рецензии в назначенные сроки невозможны, то рецензент должен незамедлительно уведомить об этом научного редактора. Рецензент, который считает, что его квалификация не соответствует либо недостаточна для принятия решения при рецензировании предоставленной рукописи, должен незамедлительно сообщить об этом научному редактору и отказаться от рецензирования рукописи. Принцип конфиденциальности со стороны рецензента. Рукопись, предоставленная рецензенту на рецензирование, должна рассматриваться как конфиденциальный материал. Рецензент имеет право демонстрировать ее и/или обсуждать с другими лицами только после получения письменного разрешения со стороны научного редактора журнала и/или автора(-ов). Информация и идеи научной работы, полученные в ходе рецензирования и обеспечения публикационного процесса, не должны быть

использованы рецензентом(-ами) для получения личной выгоды. Принцип подтверждения источников. Рецензент должен указать научные работы, которые оказали бы влияние на исследовательские результаты рассматриваемой рукописи, но не были приведены автором(-ами). Также рецензент обязан обратить внимание научного редактора на значительное сходство или совпадение между рассматриваемой рукописью и ранее опубликованной работой, о котором ему известно. Если у рецензента имеются достаточные основания полагать, что в рукописи содержится плагиат, некорректные заимствования, ложные и сфабрикованные материалы или результаты исследования, то он не должен допустить рукопись к публикации и проинформировать научного редактора журнала о выявленных нарушениях принципов, стандартов и норм публикационной и научной этики.

Права и обязанности авторов

Публикационная этика базируется на соблюдении принципов:

Однократность публикации. Автор(-ы) гарантируют что представленная в редакцию рукопись статьи не была представлена для рассмотрения в другие издания. Представление рукописи одновременно в нескольких журналах/изданиях неприемлемо и является грубым нарушением принципов, стандартов и норм публикационной этики. Авторство рукописи. Лицо, которое внесло наибольший интеллектуальный вклад в подготовку рукописи (при двух и более соавторах), является автором-корреспондентом и указывается первым в списке авторов. Для каждой статьи должен быть назначен автор для корреспонденции, который отвечает за подготовку финальной версии статьи, коммуникацию с редколлегией, должен обеспечить включение всех участников исследования (при количестве авторов более одного), внесших в него достаточный вклад, в список авторов, а также получить одобрение окончательной версии рукописи от всех авторов для представления в редакцию для публикации. Все авторы, указанные в рукописи/статье, несут ответственность за содержание работы. **Принцип оригинальности.** Автор(-ы) гарантирует, что результаты исследования, изложенные в рукописи, представляют собой оригинальную самостоятельную работу, и не содержат некорректных заимствований и плагиата, которые могут быть выявлены в процессе. Авторы несут ответственность за публикацию статей с признаками неэтичного поведения, плагиата, самоплагиата, самоцитирования, фальсификации, фабрикации, искажения данных, ложного авторства, дублирования, конфликта интересов и обмана. **Принцип подтверждения источников.** Автор(ы) обязуется правильно указывать научные и иные источники, которые он(и) использовал(и) в ходе исследования. В случае использования каких-либо частей чужих работ и/или заимствования утверждений другого автора(-ов) в рукописи должны быть указаны библиографические ссылки с указанием автора(-ов) первоисточника. Информация, полученная из сомнительных источников, не должна использоваться при оформлении рукописи. В случае, если у рецензентов, научного редактора, члена(-ов) редколлегии журнала возникают сомнения подлинности и достоверности результатов исследования, автор(-ы) должны предоставить дополнительные материалы для подтверждения результатов или фактов, приводимых в рукописи. **Исправление ошибок в процессе публикации.** В случае выявления ошибок и неточностей в работе на любой стадии публикационного процесса авторы обязуются в срочном порядке сообщить об этом научному редактору и оказать помощь в устранении или исправлении ошибки для публикации на сайте журнала соответствующей коррекции (Erratum или Corrigendum) с комментариями. В случае обнаружения грубых ошибок, которые невозможно

исправить, автор(-ы) должен(-ны) отозвать рукопись/статью. Принцип соблюдения публикационной этики. Авторы обязаны соблюдать этические нормы, связанные с критикой или замечаниями в отношении исследований, а также в отношении взаимодействия с редакцией по поводу рецензирования и публикации. Несоблюдение этических принципов авторами расценивается как грубое нарушение этики публикаций и дает основание для снятия рукописи с рецензирования и/или публикации.

Конфликт интересов

Конфликт интересов, по определению Комитета по публикационной этике (COPE), это конфликтные ситуации, в которых авторы, рецензенты или члены редколлегии имеют неявные интересы, способные повлиять на их суждения касательно публикуемого материала. Конфликт интересов появляется, когда имеются финансовые, личные или профессиональные условия, которые могут повлиять на научное суждение рецензента и членов редколлегии, и, как результат, на решение редколлегии относительно публикации рукописи. Главный редактор, член редколлегии и рецензенты должны оповестить о потенциальном конфликте интересов, который может как-то повлиять на решение редакционной коллегии. Члены редколлегии должны отказаться от рассмотрения рукописи, если они состоят в каких-либо конкурентных отношениях, связанных с результатами исследования автора(-ов) рукописи, либо если существует иной конфликт интересов. При подаче рукописи на рассмотрение в журнал, автор(-ы) заявляет о том, что в содержании рукописи указаны все источники финансирования исследования; также указывают, какие имеются коммерческие, финансовые, личные или профессиональные факторы, которые могли бы создать конфликт интересов в отношении поданной на рассмотрение рукописи. Автор(ы), в письме при наличии конфликта интересов, могут указать ученых, которые, по их мнению, не смогут объективно оценить их рукопись. Рецензент не должен рассматривать рукописи, которые могут послужить причинами конфликта интересов, проистекающего из конкуренции, сотрудничества или других отношений с кем-либо из авторов, имеющих отношение к рукописи. В случае наличия конфликта интересов с содержанием рукописи, ответственный секретарь должен известить об этом главного редактора, после чего рукопись передается другому рецензенту. Существование конфликта интересов между участниками в процессе рассмотрения и рецензирования не значит, что рукопись будет отклонена. Всем заинтересованным лицам необходимо, по мере возможности избегать возникновения конфликта интересов в любых вариациях на всех этапах публикации. В случае возникновения какого-либо конфликта интересов тот, кто обнаружил этот конфликт, должен незамедлительно оповестить об этом редакцию. То же самое касается любых других нарушений принципов, стандартов и норм публикационной и научной этики.

Неэтичное поведение

Неэтичным поведением считаются действия авторов, редакторов или издателя, в случае самостоятельного предоставления рецензии на собственные статьи, в случае договорного и ложного рецензирования, в условиях обращения к агентским услугам для публикации результатов научного исследования, лжеавторства, фальсификации и фабрикация результатов исследования, публикация недостоверных псевдо-научных текстов, передачи рукописи статей в другие издания без разрешения авторов, передачи материалов авторов третьим лицам, условия когда нарушены авторские права и принципы конфиденциальности редакционных процессов, в случае манипуляции с цитированием, плагиатом.

МАЗМҰНЫ

ТУРИЗМ

MUJDAT ERTURK <i>EVALUATION OF KAZAKHSTAN'S INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE ASSETS WITHIN THE SCOPE OF CREATIVE TOURISM</i>	6-18
АБИШОВ Н. У. АБИШОВА А. У. ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫНДА АГРОТУРИЗМДІ ДАМЫТУДЫҢ ТЕТІКТЕРІ	19-29
БАТЫРОВА Н. Т. НАХИПБЕКОВА С. А. КУЛБАЕВА А. А. ДАНЫШБАЕВ С. Б. <i>ТҰРАҚТЫ ТУРИСТІК СЕКТОРҒА ҚОЛ ЖЕТКІЗУДЕГІ АҚЫЛДЫ ҚАЛАНЫҢ МАҢЫЗЫ</i>	30-47
AKESHOVA M. M. SEIDIGALI A. I. <i>PECULIARITIES OF ASTRO – TOURISM</i>	48-56
BEKBAULINA S. KH. ATASHEVA D. O. DUISEMBAYEVA A. T. <i>THE CURRENT STATE OF THE KAZAKHSTAN TOURIST MARKET</i>	57-66
ARIPZHAN G. ZH. MAKHAL A. N. <i>ESSENTIAL TRAVEL TERMS AND PHRASES AND THEIR TRANSLATIONS</i>	67-79
МАХАНБЕТОВА Ұ. ДЖУНУСОВА Д. ТУРКЕЕВА Э. <i>ҚАЗАҚСТАН АЙМАҚТАРЫНДА ТУРИЗМДІ ДАМЫТУДЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТЕТІГІ</i>	80-88
KENJAYEVA B. <i>ENGLISH LANGUAGE PROFICIENCY AMONG STUDENTS OF TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY</i>	89-96
АНАРБАЕВ А. К. КУРМАНБАЕВ Б. И. <i>ВЛИЯНИЕ СПОРТИВНО-РЕКРЕАЦИОННОГО ТУРИЗМА НА ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ СТУДЕНТОВ</i>	97-105
Авторларға арналған ережелер Правила для авторов Rules for authors	106-113
Жарияланым этикасы Публикационная этика Publication ethics	114-119

**BULLETIN OF THE INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM
AND HOSPITALITY**

Бас ғылыми редактор
Батырова Назгүл Тұрсынханқызы

Жауапты хатшы
Әбдіханова Жадыра Аманбайқызы

Жарияланған мақаланың мазмұнына автор жауапты болып табылады.
Мақаладағы пікірлер, көзқарастар мен тұжырымдар редакцияның көзқарасын
білдірмейді.

Қолжазбалар өңделеді және авторға қайтарылмайды.
«Bulletin of the international university of tourism and hospitality» журналына
жарияланған мақалаларды сілтемесіз көшіріп басуға болмайды. Дұрыс сілтеме жасау жолы
әрбір мақаланың бастапқы бетінде көрсетілген.

Редакцияның мекен – жайы:

161200, Түркістан қаласы, Рабиға Сұлтан Бегім көшесі, 14 А

 +7 778 557 33 56,  journal@iuth.edu.kz

Журнал «Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ
баспаханасында көбейтілді.

Басуға 29.12.2023 ж. қол қойылды. Пішіні 60X84/8. Қағазы офсеттік.

Шартты баспа табағы 7,6. Таралымы 25 дана. Тапсырыс 2©

Баспахана мекен-жайы:

161200, Түркістан қаласы, Рабиға Сұлтан Бегім көшесі, 14А